

**BISNIS WARALABA (*FRANCHISE*) DALAM PENDEKATAN
SISTEM EKONOMI ISLAM**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Serjana Ekonomi Islam (S.EI) Jurusan Ekonomi Islam
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin
M a k a s s a r

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

Oleh

M. AZWAR NUR AKBAR

NIM. 10200108027

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR
2013**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari, terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 10 September 2013

Penyusun,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M. AZWAR NUR AKBAR
NIM. 10200108027
M A K A S S A R

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudara MUH. AZWAR NUR AKBAR, Nim: 10200108027, Mahasiswa Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi maka skripsi yang bersangkutan dengan judul “Bisnis Waralaba (*Franchise*) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam”, memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses selanjutnya.

Makassar, 30 Agustus 2013

Pembimbing I UNIVERSITAS ISLAM NEGERI Pembimbing II

ALAUDDIN
M A K A S S A R

Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag
NIP.19710402 200003 1 002

Drs. Urbanus Uma Leu, M.Ag
NIP. 19581231 199903 1 001

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Bisnis Waralaba (*Franchise*) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam**” yang disusun oleh saudari **M. Azwar Nur Akbar, NIM.10200108027**, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari **Selasa** tanggal **10 September 2013 M** bertepatan dengan **5 Dzulqa’dah 1433 H**, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.Ei.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam, dengan beberapa perbaikan.

Samata Gowa, 03 Desember 2013 Masehi
5 Dzulqa’dah 1433 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Dr. Amiruddin K., M.Ei	(.....)
Munaqishy I	: Dr. Hj. Nurnaningsih, MA	(.....)
Munaqishy II	: Rahmawati Muin, S.Ag., M.Ag	(.....)
Pembimbing I	: Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag	(.....)
Pembimbing II	: Drs. Urbanus Uma Leu, M.Ag	(.....)

Disahkan Oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr. H. Ambo Asse., M.Ag
NIP. 19581022 198703 1 002

MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ؕ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adillah, Karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Berikut ini adalah nasehat-nasehat para orang-orang bijak :

“Kita bisa memberi tanpa mengasihi, tapi kita tidak bisa mengasihi tanpa memberi”

(Syahrul Yasin Limpo)

“Biarlah kita kehilangan sesuatu karena Allah, namun janganlah kita kehilangan Allah karena sesuatu”

(Al-Habib Syekh Bin AA)

KATA PENGANTAR

Alahamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt., yang telah melimpahkan segala rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya hambatan yang berarti.

Sholawat serta salam, penulis haturkan kehariban sang pendidik sejati Rasulullah saw., serta para sahabat thabi'in, dan para umat yang senantiasa barjalan dengan risalah-Nya.

Dengan terselesainya skripsi ini penulis tak lupa mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan baik moril, maupun spiritual.

Selanjutnya dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Qadir Gassing HT., M.S. selaku Rektor UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan kebijakan-kebijakan demi membangun UIN Alauddin Makassar agar lebih berkualitas.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
3. Bapak Dr. H. Muslimin Kara selaku Pembimbing I yang juga ketua jurusan dan Bapak Drs. Urbanus Uma Leu selaku Pembimbing II penulis, yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Ibu Rahmawati Muin, S.Ag., M.Ag., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Islam yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berbagai hal, yang menyangkut masalah jurusan.

5. Ayahanda Nurhadi Nur (Alm) dan Ibunda St. Akbari (Almr), yang semasa hidupnya memberikan pelajaran yang berharga kepada penulis.
6. Saudara-saudara-ku yang tercinta Ibnu Sarwono, Habri, Sarwan, Maulana, dan Serli, serta seluruh keluarga-keluarga lainnya, baik dekat maupun jauh.
7. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2008 Ekonomi Islam.
8. Teman-teman KKN Angk. 47 di Desa Manimbahoi, Kec. Parigi.
9. Dan semua pihak yang telah berjasa, yang hanya karena keterbatasan ruang hingga tidak dapat disebutkan satu persatu;

Penulis hanya bisa mendoakan semoga amal ibadah mereka diterima Allah swt., sebagai amal yang mulia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, walaupun begitu penulis sudah berusaha semaksimal mungkin untuk membuat yang terbaik. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dan dengan tangan terbuka penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca skripsi ini.

Akhirnya dengan harapan, mudah-mudahan penyusunan skripsi ini bermafaat bagi kita semua. Amin!

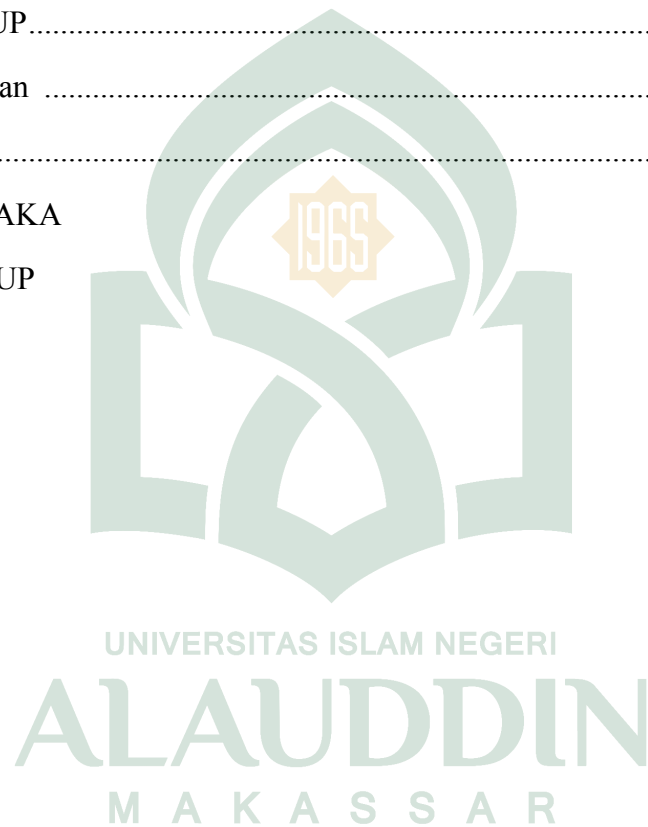
P e n u l i s

M. Azwar Nur Akbar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Hipotesis.....	7
D. Defenisi Operasional.....	7
E. Metode Penelitian.....	9
F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
G. Garis-garis Besar Isi	13
BAB II TINJAUAN WARALABA SEBAGAI PERJANJIAN BISNIS.....	13
A. Waralaba Sebagai Perjanjian.....	13
B. Waralaba Sebagai Bisnis.....	25
C. Bentuk Bisnis dalam Waralaba	37
BAB III KONSEP BISNIS DALAM ISLAM	40
A. Konsep Bisnis dalam Ekonomi Islam	40
B. Metode Bisnis Islam.....	50

C. Aplikasi Bisnis Islam	63
BAB IV ANALISIS BISNIS WARALABA DALAM EKONOMI ISLAM	67
A. Bisnis Waralaba dalam Ekonomi	67
B. Waralaba Menurut Hukum Ekonomi Islam	80
C. Praktek Waralaba dalam Perspektif Islam	87
BAB V PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	
RIWAYAT HIDUP	



ABSTRAK

Nama Penyusun :M. Azwar Nur Akbar

NIM :10200108027

Judul Skripsi : Bisnis Waralaba (*Franchise*) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam

Skripsi ini berjudul “bisnis waralaba (*franchise*) dalam pendekatan sistem ekonomi Islam”, yang bercerita tentang konsep bisnis waralaba yang merupakan suatu konsep usaha yang dilakukan dengan jalan pemasaran atau pendistribusian barang atau jasa, kepada konsumen sebagai bentuk ekspansi (perluasan usaha), dengan menawarkan atau mewaralabakan usahanya tersebut kepada calon pihak kedua yakni terwaralaba (*franchisee*), dan pihak yang mewaralabakan usahanya tersebut disebut pewaralaba (*franchisor*). Lalu kemudian kedua pihak tersebut melakukan kerjasama dan di dalamnya masing-masing berjanji, seperti kerugian maupun keuntungan dibagi dan ditanggung bersama, sebagai sebuah bentuk komitmen dalam menjalin kerjasama, dan pada akhirnya disebut sebagai perjanjian usaha. Oleh karenanya, pertanyaan yang kemudian muncul, apakah dengan pendekatan sistem ekonomi Islam, konsep bisnis waralaba tersebut dianggap sesuai dengan konsep bisnis Islam?

Metode yang digunakan adalah metode pendekatan syar’i, yuridis, historis dan sosiologis serta teknik pengumpulan data dengan cara induktif, deduktif, dan komparatif yang penyelesaiannya melalui penelitian kepustakaan (*library research*).

Dari data kualitatif yang diperoleh, maka penulis menganalisis bahwa konsep bisnis waralaba sesuai dengan konsep *syirkah* sebagai konsep bisnis yang sesuai dengan konsep bisnis Islam. Konsep *syirkah* adalah bentuk perkongsian, dimana kesamaan objek dan subjek yang hampir sama dengan pola waralaba, namun perbedaannya adalah bentuk perkongsian masing-masing pihak tidak sama. Dimana pewaralaba (*franchisor*) hanya menawarkan bentuk perkongsian bukan dalam bentuk uang namun dalam bentuk sistem usaha yang sudah terbukti dan diterima dikalangan masyarakat. Sedangkan pihak yang kedua yakni terwaralaba (*franchisee*) berkongsi dengan uang, yakni melakukan pembayaran, terhadap pemakaian apa-apa yang dimiliki oleh *franchisor*. Penulis membuktikan bahwa bisnis waralaba begitu dekat dengan sistem ekonomi Islam. Namun yang perlu diperhatikan adalah setiap kerjasama bisnis yang dilakukan sebaiknya diupayakan untuk tidak mengkhianati mitra bisnis.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang sempurna, serta menyeluruh dan konsepnya tidak hanya mengatur kehidupan yang bersifat vertikal yang sering kali dikaitkan dengan tata cara beribadah kepada Allah swt., namun yang bersifat horizontal pun tidak luput. Dalam fikih Islam, horizontal adalah hubungan antarmanusia dalam bermasyarakat, contohnya saja perdagangan yang merupakan salah satu aspek kehidupan, yang tengah dikelompokkan ke dalam masalah *mu'amalah*.¹ Sebagai ajaran yang penuh rahmat Allah swt., Islam melalui dakwah Rasulullah juga mengatur tata nilai dalam bisnis. Bukan hanya dalam tatanan teori namun juga dalam tatanan praktek, mengingat Rasulullah sendiri adalah seorang pedagang.

Mu'amalah merupakan konsep bisnis Islam yang tidak hanya mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada konsep *ta'awun* (tolong-menolong) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis bukan mencari untung material semata, tetapi didasari keinginan untuk memberi kemudahan bagi orang lain. Sungguh mulia jika perdagangan atau bisnis itu ternyata bisa menolong orang lain yang membutuhkan.²

Seorang muslim dibenarkan berdagang dan berusaha secara perseorangan, membenarkan pula penggabungan modal dan tenaga, dalam bentuk perkongsian dagang pada berbagai bentuk yang menjadikannya sebagai organisasi bisnis. Islam

¹ Jusmaliani, dkk., *Bisnis Berbasis Syariah* (Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 6

² Malahayati, *Rahasia Bisnis Rasulullah* (Yogyakarta: Jogja Great! Publisher, 2010), h. 5

tidak menolak setiap kerjasama yang memungkinkan terbentuknya organisasi bisnis yang menguntungkan. Sesungguhnya salah satu tujuan dasar Islam adalah menggunakan semua sumber dan kekuatan negara dalam memproduksi kekayaan serta mengkoordinasikan persediaan tenaga kerja dan modal yang dapat digunakan dalam kepentingan masyarakat. Semua bentuk organisasi bisnis seperti perdagangan, perniagaan, pendidikan, transportasi, pembangunan, dan masih banyak lagi yang bias dibuat oleh pengusaha muslim. Demi kelangsungan perekonomian yang lebih baik serta memenuhi tuntunan zaman modern saat ini.³

Sistem ekonomi Islam dalam hal kerjasama untuk saling memperoleh keuntungan, apabila sesuai dengan etika bisnis, maka hal tersebut dibolehkan, bahkan dianjurkan. Keterlibatan muslim di dunia bisnis telah berlangsung empat belas abad yang lalu. Namun, muslim dewasa ini menghadapi suatu masalah yang sangat dilematis. Meskipun berpartisipasi aktif dalam dunia bisnis, namun keraguan tetap ada, jika pertanyaan seperti ini mencuat, yakni apakah praktek-praktek bisnis yang ada, benar menurut pandangan Islam? Yang menjadi masalah yaitu bentuk-bentuk baru, institusi, metode atau teknik-teknik bisnis yang sebelumnya belum pernah ada telah menimbulkan suatu keraguan, sehingga dalam beberapa kasus, umat muslim tetap mengikuti sistem tersebut dengan perasaan bersalah karena merasa tidak menemukan jalan keluar.⁴

Ilmu pengetahuan semakin berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Begitu pun dengan gagasan tentang bermu'amalah. Pada zaman dahulu, berdagang hanya dilakukan dengan cara-cara sederhana seperti berdagang dipasar

³ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang* (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1996), h. 281

⁴ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2005), h. 1

atau menjajakan barang dagangannya *door to door*. Namun, sekarang terdapat berbagai macam variasi yang dibuat oleh seorang wirausahawan dalam menjajakan produk dagangannya. Misalnya, seorang penjual bahkan tidak harus bertemu dengan si pembeli. Ini adalah salah satu inovasi pemasaran dalam bermuamalah. Hal ini dapat kita temukan pada bisnis *E commerce* misalnya. Selain bisnis *E commerce* ada juga bisnis *Multi Level Marketing* terdapat juga bisnis yang semakin berkembang dewasa ini yaitu bisnis waralaba, atau lebih dikenal dengan istilah *franchise*.

Franchise diperkenalkan pertama kali pada tahun 1850-an oleh Isaac Singer, pembuat mesin jahit Singer, ketika ingin meningkatkan distribusi penjualan mesin jahitnya. Walaupun usahanya gagal, namun dialah pertama kali memperkenalkan format bisnis waralaba (*franchise*) ini di AS (Amerika Serikat). Kegagalan tersebut menginspirasi pengusaha lain untuk mencoba metode yang sama dan terbukti sukses, seperti John S Pemberton, pendiri Coca Cola. Teknik atau metode bisnis tersebut telah menjamur dipelbagai negara seperti Inggris dan di negara-negara maju lainnya.⁵

Konsep waralaba (*franchise*) ini mengandalkan pada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralaba melalui tata cara, proses serta suatu *code of conduct* dan sistem yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba.⁶ Format bisnis waralaba ini terdiri atas konsep bisnis yang menyeluruh, sebuah proses permulaan dan pelatihan mengenai seluruh aspek pengelolaan bisnis sesuai dengan konsep *franchise* dan proses bantuan yang terus menerus.⁷

⁵ Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba*, (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu), h. 2-3

⁶ Gunawan Widjaja, *Waralaba* (Cet. II; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 4

⁷ Martin Mendelsohn, *Franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee* (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Press Indo, 1993), h. 4

Dalam terjemahan bebas, waralaba adalah kontrak atau persetujuan lisan atau tulisan yang dinyatakan secara tegas dimana pihak yang disebut pewaralaba memberikan hak kepada orang lain atau yang disebut terwaralaba untuk menggunakan nama dagang, merek jasa, merek dagang, logo, atau karakteristik yang berhubungan, dimana terdapat kepentingan bersama dalam bisnis yang menawarkan, menjual, mendistribusikan barang-barang atau jasa lainnya, dimana *franchisee* harus melakukan pembayaran biaya waralaba (*franchise fee*) langsung atau tidak langsung.⁸ Selama kontrak berjalan pihak terwaralaba juga harus membayar *royalty fee* yaitu kontribusi bagi hasil dari pendapatan (biasanya hasil penjualan), lebih jelasnya *royalty fee* adalah jumlah uang yang dibayarkan secara periodik oleh terwaralaba kepada pewaralaba sebagai imbalan dari pemakaian hak waralaba yang merupakan persentase dari omzet penjualan.⁹

Konsep waralaba tersebut diatas, kalau dalam hukum Islam, hampir sama dengan model *syirkah mudharabah* (bagi hasil), sudah mengalami perkembangan seiring berkembangnya zaman, dan terdapat gabungan dengan jenis *syirkah* lainnya, *syirkah* (persekutuan) dalam hukum Islam banyak jenisnya, dan perlu diketahui bahwa dalam pola transaksi yang diatur oleh hukum Islam adalah meniti beratkan pada sisi moralitas yang lebih tinggi dari apapun.

Dalam ajaran ekonomi Islam sendiri telah disebutkan bahawa kekayaan merupakan amanah dari Allah dan tidak dapat dimiliki secara mutlak.¹⁰ Manusia diberikan kebebasan untuk bermuamalah selama tidak melanggar ketentuan syar'iah,

⁸ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Cet. II; Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), h. 11

⁹ *Ibid.*, h. 73

¹⁰ Saefuddin, *Ekonomi dan Masyarakat dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 1987), h. 65

manusia adalah khalifah dan pemakmur di muka bumi. Penghapusan praktek riba, dan penolakan terhadap monopoli. Selain itu, dalam melakukan bisnis, bagi umat Islam harus mengindahkan etika Islam yang berupa jujur, amanah, adil, professional, saling bekerjasama (*ta'awun*), sabar dan tabah.¹¹ Karenanya, dalam mempraktekkan bisnis semisal waralaba seharusnya selalu berprinsip pada ekonomi Islam dan menjaganya dengan menerapkan etika bisnis secara Islami.

Waralaba (*franchise*) memang lahir di dunia kapitalis, dunia yang syarat dengan karakter liberalis yang berbau negatif, namun sesuai dengan perkembangan zaman, bisnis dengan metode waralaba menjadi kesukaan dan digemari para pebisnis, karena bisnis melalui metode waralaba tidak mengenal diskriminasi serta tidak berdasarkan SARA (Suku-Agama-Ras-Antar Golongan).¹² Bukan hanya negara-negara maju negara berkembang seperti, Indonesia juga menggunakan metode bisnis tersebut. Pertumbuhan *franchise* di Indonesia berawal dari masuknya waralaba asing pada tahun 80-90an. KFC, McDonalds, Burger King, Wendys adalah sebagian jaringan waralaba asing yang masuk sebagai petanda, awal berkembangnya *franchise* di Indonesia.¹³ Dan sampai saat ini waralaba tetap digemari, hal ini terlihat semakin seriusnya pemerintah dengan memberikan payung hukum sebagai upaya dalam mengantisipasi terhadap adanya pihak-pihak yang dirugikan. Seperti Peraturan Pemerintah RI atau PP No. 16 Tahun 1997 tentang waralaba (PP 16/1997), yang

¹¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Cet. I; Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YPKN, 2004), h. 57

¹² Sonny Sumarsono, *Op.Cit.*, h. 3-4

¹³ *Ibid.*, h. 8

kemudian diganti dengan Peraturan No. 42 Tahun 2007 dilandasi dengan upaya pemerintah meningkatkan pembinaan usaha waralaba di seluruh Indonesia.¹⁴

Dalam hukum *mu'amalat*, waralaba dapat dikategorikan sebagai bentuk kerja sama dagang atau usaha bisnis yang belum dikenal atau berbeda dengan macam-macam *syirkah* yang telah dibahas oleh ulama fiqih terdahulu. Oleh karena itu, dengan judul “*bisnis waralaba (franchise) dalam pendekatan sistem ekonomi Islam*” penulis merasa perlu untuk mengkaji masalah bisnis waralaba, terutama dalam prakteknya dengan di tinjau dari sudut pandang hukum Islam, sebagai bentuk pendekatan normatif dan padanannya dengan sistem ekonomi Islam.

Bisnis dalam ekonomi Islam, diungkapkan sebagai bisnis yang sesuai dengan konsep Islam itu sendiri. Dimana bahwa dasar hukum yang menjadi landasan pemikiran dan penentuan konsep ekonomi Islam yang disandarkan pada empat dasar yaitu al-Qur'an, Hadits, Ijma, dan Ijtihad. Perpaduan antara konsep bisnis waralaba dengan konsep bisnis Islam, melalui pendekatan yang disebutkan diatas, dianggap sesuai yang sangat urgen oleh penulis, seiring munculnya berbagai fenomena yang menimbulkan keraguan dan ketidaknyamanan masyarakat terkait dengan sah atau tidaknya ketika melakukan transaksi bisnis waralaba.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka bisnis *franchise* dengan sistemiknya sepatutnya menjadi bahan yang lebih objektif dan mampu terkondisikan di dunia Islam sebagai kiblat yang baik untuk berbisnis dan terpadu, dengan detail-detail yang mendukung dan mengemban dasar yang kuat serta aplikatif.

¹⁴ Adrian Sutedi, *Op. Cit.*, h. 33

Dari permasalahan pokok tersebut, penulis mengemukakan beberapa sub dari pokok masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah deskripsi waralaba dalam ekonomi?
2. Bagaimanakah praktek waralaba dalam pendekatan ekonomi Islam?

C. Hipotesis

Adapun hipotesis diangkat oleh penulis dalam kajian ini, yakni dimana bahwa bisnis melalui metode waralaba serupa dengan *syirkah* (perkongsian) dalam konsep bisnis Islam, dengan begitu melalui sistem ekonomi Islam yang didasar oleh al-Qur'an dan Hadits, serta Ijma dan Ijtihad, penulis mencari beberapa referensi yang mendukung sehingga dapat mengungkap lebih dalam tentang relasi kuat antara bisnis waralaba dengan bisnis Islam.

D. Defenisi Operasional

Skripsi ini berjudul “Bisnis Waralaba (*Franchise*) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam”, pembahasan skripsi ini agar terfokus lebih pada pembahasan yang akan dibahas sekaligus menghindari terjadinya persepsi lain mengenai istilah-istilah yang ada, maka perlu adanya penjelasan mengenai definisi istilah dan batasan-batasannya. Adapun definisi dan batasan istilah yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

- Bisnis menurut Steinhooft bahwa bisnis adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen.¹⁵
- Waralaba/*Franchise*, (Hak untuk memasarkan suatu produk) penyerahan hak oleh suatu perusahaan ke suatu perusahaan lain (secara eksklusif) atau pihak-

¹⁵ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis Dan Studi Kasus* (Cet. I; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h.1

pihak lain (tidak secara eksklusif) untuk memasok produknya. Suatu *franchise* adalah suatu perjanjian kontrak dagang (lihat contract) dengan jangka waktu tertentu di mana yang diberi hak (*franchisor*) membayar *royalty* kepada pemberi hak atas hak dagang yang diberikan.¹⁶

- Sistem adalah perangkat unsur yang secara saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas, susunan yang teratur dari pandangan, teori, asas, metode.¹⁷ Sistem/Bentuk juga bisa dianggap seperti komposisi, koordinasi, orde, organisasi, pola, skema, struktur, tata, cara, modus operandi, praktik, teknik produser.¹⁸
- Ekonomi artinya segala usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya guna mencapai kemakmuran hidupnya.¹⁹
- Ekonomi Islam adalah usaha-usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya melalui metode atau cara-cara yang sesuai dengan kaidah-kaidah agama Islam, untuk mengharapkan Ridha Allah.²⁰

Berdasarkan uraian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa, yang dimaksud dengan **Bisnis Waralaba (*Franchise*) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam** adalah kerjasama dalam pemasaran produk dengan melalui

¹⁶ Christopher Pass, Bryan Lowes Leslie Davies, *Kamus Lengkap Ekonomi* (Ed. 2 ; Jakarta: Erlangga 1998), h. 249.

¹⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Ed. 4; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 1320

¹⁸ Eko Endarmoko, *Tesaurus Bahasa Indonesia* (Cet. I; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 606

¹⁹ Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arkola, 1994), h. 131

²⁰ Nazir Habib dkk., *Ensiklopedia Ekonomi dan Perbankan Syariah* (Bandung: Kafa Publishing, 2008) h. 76

pendekatan sistem-sistem yang sesuai dengan ekonomi Islam yang pada akhirnya ditemukan relasi yang kuat diantara keduanya tersebut.

E. Metode Penelitian

Untuk memperoleh data yang penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode, yakni sebagai berikut :

1. Jenis penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan jenis penelitian (kualitatif) yang bersifat analisis deskriptif dengan penelitian yang berorientasi pada kepustakaan (*library research*), hingga nantinya ilmu yang dihasilkan bersifat objektif dan empiris karena data yang didapatkan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat dicapai.

2. Metode pendekatan

Metode yang dimaksud adalah studi kajian pustaka untuk mengetahui secara teoritis tentang permasalahan dan pembahasan skripsi ini.

Ada empat jenis pendekatan yang penulis gunakan antara lain :

a. Pendekatan Syar'i

yaitu penulis dalam penulisannya berpedoman pada dalil-dalil nash al-Qur'an dan hadis Nabi saw.. Yang telah dirumuskan oleh para ulama sebagai sumber pokok.

b. Pendekatan Yuridis,

yaitu pendekatan lewat sumber-sumber hukum positif yang berlaku dan dalil-dalil syariah yang ada relevansinya tentang masalah waralaba.

c. *Pendekatan Historis*

yakni merekonstruksi jejak sejarah objek pembahasan dengan jalan menelaah ke masa lampau. Atau dalam pengertian lain dimaksudkan untuk menggarap masa lalu yang bahannya atau tempat catatannya adalah dokumen dalam arti luas, termasuk kebiasaan-kebiasaan dalam prosedur atau cara mengumpulkan, memilih, dan menafsirkan catatan masa lalu.²¹

d. *Pendekatan Sosiologis*

pendekatan sosiologis digunakan dengan pertimbangan bahwa suatu hukum dikatakan berlaku apabila nilai-nilai yang terdapat di dalamnya sejalan dengan apa yang dikehendaki masyarakat.²²

3. Metode pengumpulan data

Dalam mengumpulkan data, data yang dikumpulkan melalui cara *library research* yaitu dengan mengumpulkan beberapa literatur kepustakaan seperti buku, arsip, artikel-artikel maupun pendapat para ahli, yang ada relevansinya dengan masalah-masalah yang akan dibahas antara lain :

- a. Kutipan langsung yaitu mengutip isi atau sumber data secara langsung dari buku-buku rujukan tanpa mengurangi kata-kata, maksud, dan tujuan dari sumber aslinya.
- b. Kutipan tidak langsung yaitu mengutip data pustaka yang ada kaitannya dengan judul yang akan dibahas dengan mengubah redaksinya tanpa mengurangi maksud dan tujuannya, diantaranya kutipan tidak langsung adalah :

²¹ Romdon, *Metodologi Ilmu Perbandingan Agama Suatu Pengantar Awal* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), h. 62-63

²² Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 1984), h. 264

1. Ikhtisar, yaitu catatan yang menurut data secara garis besar saja. Tentang isi dan pokok karangan dengan tidak mengambil maksud aslinya.
 2. Ulasan, yaitu suatu bentuk catatan yang berisi tentang tanggapan dan ulasan terhadap suatu pendapat dari suatu karangan buku-buku atau sumber lain.
4. Metode pengolahan dan analisis data
- a. Pengolahan data

Dalam pengolahan data yang telah terkumpul penulis mengelolah data dengan cara mengedit berbagai macam data yang telah tertulis, dan memberikan kode terhadap data yang perlu dipertimbangkan, hingga penulis dapat menemukan apakah data yang telah terkumpul masih layak untuk dipakai atau tidak.
 - b. Metode Analisis Data

Dalam menyusun data yang diperoleh penulis menganalisisnya dengan metode sebagai berikut :

 1. Metode induktif yaitu suatu penulisan dengan dasar penganalisaan yang berifat khusus, hasil dari penganalisaan itu digunakan untuk memperoleh kesimpulan yang bersifat umum
 2. Metode deduktif yaitu suatu metode penulisan yang dilakukan dengan dasar penganalisaan terhadap yang bersifat umum, hasil analisa itu digunakan penyusun kesimpulan yang bersifat khusus.
 3. Metode komparatif yaitu metode dengan jalan membandingkan antara data yang satu dengan data yang lainnya kemudian memilih salah satu

data tersebut yang dianggap kuat untuk menarik sebuah kesimpulan yang objektif.

F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Adapun tujuan penelitian skripsi ini adalah :
 - a. Untuk mengetahui waralaba yang dideskripsikan didalam ekonomi terkait masalah kontribusi ataupun peranan waralaba sebagai salah satu metode bisnis terlebih lag konsep waralaba yang punya hubungan kuat dengan *syirkah* dalam bisnis Islam.
 - b. Untuk mengetahui waralaba ditinjau dari segi sistem ekonomi Islam, terutama pada segi hukum ekonomi Islam.
 - c. Untuk mengetahui tentang bagaimana konsep bisnis waralaba dilihat dari segi prakteknya yang benar, sesuai dengan konsep bisnis Islam, dimana bahwa waralaba itu serupa dengan *syirkah* (perkongsian).
2. Kegunaan penelitian
 - a. Kegunaan Ilmiah
 Penulisan skripsi ini diharapkan berguna untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan yang bersumber dari beberapa disiplin ilmu, penulis mengharapkan agar waralaba ini dapat dipahami sebagai metode yang sesuai dengan karakter Islam.
 - b. Kegunaan Praktisnya
 Ruang lingkup waralaba yang disesuaikan dengan konsep ekonomi Islam ini agar dapat menggugah kesadaran moral para pelaku bisnis untuk berbisnis secara baik dan etis demi nilai-nilai luhur tertentu.

G. Garis-garis Besar Isi

Berikut adalah gambaran minimalis tentang konsep dalam skripsi ini, yang terdiri dari 5 bab:

BAB I adalah pendahuluan diawali dengan gambaran tentang latar belakang sehingga muncul permasalahan yang berhubungan dengan skripsi, diikuti dengan permasalahan yang berkaitan dengan judul pembahasan disertai dengan hipotesis dan definisi operasional berisi tentang pengertian kata kata terdapat dalam judul. Dalam bab ini pula diuraikan metodologi penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta garis garis besar isi skripsi.

BAB II, pada bab ini banyak menceritakan konsep bisnis waralaba yang ditinjau sebagai perjanjian bisnis, dimana perjanjian sebagai bentuk komitmen para pihak yang terikat dalam perjanjian waralaba, serta bagaimana berbisnis dengan pola waralaba, yang telah melibatkan dua pihak ini, yakni *franchisor* dan *franchise* ditinjau dari segi hak dan kewajiban, yang berbeda-beda.

BAB III, bab yang satu ini membahas tentang konsep bisnis dalam Islam, dengan topik konsep bisnis dalam ekonomi Islam, metode bisnis Islam, dan aplikasi bisnis Islam. Yang kemudian dijadikan tinjauan terhadap bisnis waralaba, dilihat tentang konsep, metode, serta aplikasinya dalam Islam.

BAB IV, bab ini merupakan inti dari skripsi ini, yang merupakan hasil analisis. Pada bab ini berisi tentang konsep bisnis waralaba dalam ekonomi, waralaba menurut hukum ekonomi Islam, dan praktek waralaba dalam perspektif Islam.

BAB V, dan bab yang terakhir ini, memuat penutup dari seluruh rangkaian isi tulisan yang akan diuraikan dalam kesimpulan serta saran.

BAB II

TINJAUAN WARALABA SEBAGAI PERJANJIAN BISNIS

A. Waralaba Sebagai Perjanjian

1. Defenisi Perjanjian Waralaba (*Franchise*)

Di dalam kitab Undang-Undang Hukum Perdata dijelaskan dalam Pasal 1313 Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.¹ Maka dapat diketahui *franchise* atau disebut juga sebagai waralaba merupakan suatu gambaran awal para *entrepreneur* atau yang sering disebut sebagai wiraswastawan dapat menjalankan dan mengembangkan suatu operasi dalam bidang waralaba yang akan menghasilkan suatu keuntungan sesuai dengan cara pengelolaan bisnis yang sedang dijalaninya.

Di Indonesia terdapat pengaturan mengenai waralaba yang terdapat didalam PP No. 42 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat (1) menjelaskan pengertian dari waralaba yang berarti hak khusus yang dimiliki orang perseorangan dan/atau badan hukum terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang/jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba sedangkan dalam Pasal 3 PP No. 42 Tahun 2007 Pasal 3 menegaskan bahwa salah satu kriteria waralaba adalah hak kekayaan intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang.² Waralaba juga mengandung unsur-unsur sebagaimana yang diberikan pada lisensi, yang didalam pengertian waralaba pada *black's law dictionary* yang lebih menekankan pada pemberian hak untuk menjual produk berupa barang atau jasa

¹ Subekti R, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Jakarta: Pradnya Paramita, 1992), h. 282

² Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 Pasal 1 dan Pasal 3

dengan memanfaatkan merek dagang *franchisor* (pemberi waralaba) dengan kewajiban pada pihak *franchisee* (penerima waralaba) untuk mengikuti metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba akan memberikan bantuan pemasaran, promosi maupun bantuan teknis lainnya agar penerima waralaba dapat menjalankan usahanya dengan baik.³ Pemberian waralaba ini didasarkan pada suatu *franchise agreement*, maksudnya seorang penerima waralaba juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan mempergunakan merek dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.⁴ Disamping mengenal *franchise* atau yang sering disebut sebagai waralaba ternyata didalam waralaba dikenal suatu istilah yang disebut sebagai mem-*franchise*-kan, mem-*franchise*-kan adalah suatu metode perluasan pemasaran dan bisnis. Suatu bisnis memperluas pasar dan distribusi produk serta pelayanannya dengan membagi bersama standar pemasaran dan operasional sehingga pemegang *franchise* yang membeli suatu bisnis menarik manfaat dari kesadaran pelanggan akan nama dagang, sistem teruji dan pelayanan lain yang disediakan pemilik *franchise*.⁵

2. Asas-asas dan Prinsip-prinsip Perjanjian *Franchise*

Sebagaimana diketahui di dalam Hukum Perjanjian terdapat beberapa asas sebagai berikut:

1. Asas Kebebasan Berkontrak

³ Gunawan Widjaja, *Waralaba* (Cet. II; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 15

⁴ *Ibid.*, h. 16

⁵ Douglas J Queen, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise* (Jakarta: Elex Media Komputido, 1993), h. 4-5

Bahwa kebebasan berkontrak adalah salah satu asas dari hukum perjanjian dan tidak berdiri sendiri, maknanya hanya dapat ditentukan setelah memahami posisinya dalam kaitan yang terpadu dengan asas-asas hukum perjanjian yang lain, yang secara menyeluruh asas-asas ini merupakan pilar, tiang, pondasi dari hukum perjanjian.⁶ Asas kebebasan berkontrak berhubungan dengan isi perjanjian, yaitu kebebasan menentukan “apa” dan dengan “siapa” perjanjian ini diadakan. Perjanjian yang dibuat sesuai dengan Pasal 1320 KUHPerdara mempunyai kekuatan mengikat. Kebebasan berkontrak adalah salah satu asas yang sangat penting didalam hukum perjanjian, kebebasan adalah perwujudan dari kehendak bebas, pancaran hak asasi manusia.⁷ Hak asasi dengan kewajiban asasi, dengan perkataan lain bahwa bahwa didalam kebebasan terkandung tanggung jawab, didalam hukum perjanjian nasional asas kebebasan berkontrak yang bertanggung jawab, yang mampu memelihara keseimbangan perlu dipelihara sebagai modal pengembangan kepribadian untuk mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan hidup lahir dan batin yang serasi, selaras dan seimbang dengan kepentingan masyarakat. Asas kebebasan berkontrak mendukung kedudukan yang seimbang diantara para pihak, sehingga sebuah perjanjian akan bersifat stabil dan memberikan keuntungan bagi kedua pihak.⁸

Asas kebebasan berkontrak, menyebutkan bahwa terikat pada perjanjian yang harus dipenuhi secara moral, secara hukum karena berada dalam suatu masyarakat yang beradab dan maju. Masyarakat seperti ini terdapat kebebasan untuk berpartisipasi dalam lalu lintas yuridis-ekonomi, untuk itu diperlukan suatu prinsip

⁶ Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis* (Bandung: Alumni, 2005), h. 40

⁷ Mariam Darus Badruzaman, *KUHPerdara Buku III Hukum Perikatan dengan Penjelasan* (Bandung: Alumni, 1993)

⁸ *Ibid*

yaitu adanya kebebasan berkontrak yang merupakan suatu bagian dari hak-hak dan kebebasan manusia.⁹

2. Asas Konsensualisme

Kesepakatan untuk mengikatkan diri adalah esensial dari hukum perjanjian. Asas ini dinamakan asas konsensualisme yang menentukan adanya perjanjian. Asas konsensualisme yang terdapat didalam Pasal 1320 KUHPdata mengandung arti kemauan para pihak untuk saling berprestasi, ada kemauan untuk saling mengikat diri. Kemauan ini membangkitkan kepercayaan bahwa perjanjian itu dipenuhi atas kepercayaan merupakan nilai etis yang bersumber pada moral. Fakta sunt servada (janji itu mengikat) dan menyebutkan promisorum impledorum obligantion (harus memenuhi janji).¹⁰ Asas konsensualisme mempunyai hubungan yang erat dengan asas kebebasan berkontrak dan asas kekuatan mengikat yang terdapat di Pasal 1338 Ayat 1 KUHPdata menyebutkan semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya. Semua kata mengandung arti meliputi seluruh perjanjian baik yang namanya dikenal maupun yang tidak dikenal oleh Undang-Undang.¹¹

3. Asas Kepercayaan

Seseorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak lain akan menumbuhkan kepercayaan diantara pihak, bahwa satu sama lain akan memegang janjinya, dengan kata lain akan memenuhi prestasinya, tanpa adanya kepercayaan maka perjanjian tidak mungkin akan diadakan oleh para pihak, dengan kepercayaan,

⁹ Johanes Ibrahim, *Pengimpasan Pinjaman (Kompensasi) dan Asas Kebebasan Berkontrak dalam Perjanjian Kredit Bank* (Bandung: CV. Utama, 2003), h. 27

¹⁰ Mariam Darus Badruzaman, *Op. Cit.*

¹¹ *Ibid*

kedua pihak mengikatkan dirinya dan perjanjian itu mempunyai kekuatan sebagai Undang-Undang.¹²

4. Asas Kekuatan Mengikat

Bahwa para pihak memenuhi apa yang telah dijanjikan, terikatnya para pihak pada perjanjian itu tidak semata-mata pada apa yang diperjanjikan, akan tetapi juga ada beberapa unsur lain sepanjang dikehendaki yaitu kebiasaan dan kepatuhan serta moral yang mengikat para pihak.¹³

5. Asas Persamaan Hukum

Asas ini menempatkan para pihak didalam persamaan derajat, tidak ada perbedaan walaupun ada perbedaan kulit, bangsa, kekayaan, kekuasaan, jabatan, dan lain-lain. Masing-masing pihak wajib melihat adanya persamaan ini dan mengharuskan kedua pihak untuk menghormati satu sama lain sebagai manusia ciptaan Tuhan.¹⁴

6. Asas Keseimbangan

Asas ini menghendaki kedua pihak memenuhi dan melaksanakan perjanjian, asas keseimbangan ini merupakan kelanjutan dari asas persamaan, kreditur mempunyai kekuatan untuk menuntut prestasi dan jika diperlukan dapat menuntut pelunasan prestasi melalui kekayaan debitur, namun kreditur memikul pula beban untuk melaksanakan perjanjian dengan itikad baik, dapat dilihat bahwa kedudukan kreditur yang kuat diimbangi kreditur dan debitur seimbang.¹⁵

7. Asas Kepastian Hukum

¹² *Ibid*

¹³ *Ibid*

¹⁴ *Ibid*

¹⁵ *Ibid*

Perjanjian sebagai suatu figur hukum harus mengandung kepastian hukum. Kepastian hukum ini terungkap dari kekuatan mengikat perjanjian itu yaitu sebagai Undang-Undang bagi para pihak.¹⁶

8. Asas Kepatuhan

Asas ini dituangkan dalam pasal 1339 KUHPerdara, asas kepatuhan disini berkaitan dengan ketentuan mengenai isi perjanjian. Asas kepatuhan ini harus dipertahankan karena melalui asas ini ukuran tentang hubungan ditentukan juga oleh rasa keadilan.¹⁷

9. Asas Kebiasaan

Asas ini diatur Pasal 1339 menyebutkan suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diharuskan oleh kepatuhan, kebiasaan dan Undang-Undang.

Dari seluruh asas-asas yang tersebut di atas maka, terdapatnya asas-asas yang termaktub di dalam sebuah perjanjian waralaba yakni, sebagai berikut:

- 1) Asas konsensualisme yang artinya perjanjian itu ada karena persesuaian kehendak semata-mata.
- 2) Asas kekuatan mengikat dari perjanjian.
- 3) Asas kebebasan berkontrak.

Dengan adanya tujuan dari waralaba sehingga peran yang penting didalam menjalankan hak dan kewajiban dari *franchisor* maupun *franchisee* maka perjanjian waralaba harus secara tepat menggambarkan janji-janji yang dibuat dan harus adil,

¹⁶ *Ibid*

¹⁷ *Ibid*

serta pada saat yang bersamaan menjamin bahwa ada kontrak yang cukup melindungi integritas sistem.¹⁸ Berdasarkan peraturan pemerintah No. 42 Tahun 2007, perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia, hal tersebut sesuai dengan Pasal 4 Ayat 1. Perjanjian waralaba tidak perlu dibuat dalam bentuk akta notaris, para pihak dapat membuat sendiri di bawah tangan dengan ketentuan KUHPerdata. Hal-hal yang diatur oleh hukum dan peraturan perundang-undangan merupakan yang harus ditaati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba, jika para pihak mematuhi semua peraturan tersebut, maka tidak akan muncul masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba akan tetapi, sering terjadi penyimpangan, pepenyimpangan menimbulkan wanprestasi, wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera didalam perjanjian waralaba. Adanya wanprestasi dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak, terhadap kerugian yang ditimbulkan dalam pelaksanaan perjanjian waralaba ini berlaku perlindungan hukum bagi pihak yang dirugikan, yaitu pihak yang dirugikan berhak menuntut ganti rugi kepada pihak yang menyebabkan kerugian, kemungkinan pihak yang dirugikan mendapat ganti rugi, merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh hukum di Indonesia.¹⁹ Sehingga tujuan adanya suatu perjanjian waralaba merupakan aspek perlindungan atau memberikan perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan orang lain, hal ini dikarenakan perjanjian tersebut dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam sistem waralaba, jika salah

¹⁸ Darmawan Budi Suseno, *Sukses Usaha Waralaba* (Yogyakarta: Cakrawala, 2007), h. 23

¹⁹ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Cet. I; Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), h. 96

satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Pada dasarnya *franchise* adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. *Franchisor* dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk melakukan usaha pendistribusian barang atau jasa dibawah nama identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu dan usaha tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan oleh pemberi waralaba, *franchisor* memberikan bantuan (*assistance*) terhadap waralaba, sebagai imbalannya penerima waralaba membayar sejumlah uang berupa *initial fee* dan *royalty* sehingga dalam sistem waralaba terdapat tiga komponen yaitu:

- 1) *Franchisor*, yaitu pihak yang memiliki sistem atau cara-cara dalam berbisnis
- 2) *Franchisee*, yaitu pihak yang membeli waralaba atau sistem dari pemberi waralaba (*franchisor*) sehingga memiliki hak untuk menjalankan bisnis dengan cara-cara yang dikembangkan oleh pemberi waralaba
- 3) *Franchise*, yaitu sistem dan cara-cara bisnis itu sendiri, ini merupakan pengetahuan atau spesifikasi usaha dari *franchisor* yang dijual kepada *franchisee*.²⁰

Di dalam perjanjian waralaba harus mempunyai syarat-syarat, adapun syarat-syarat yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a) Kesepakatan kerjasama sebaiknya tertuang dalam suatu perjanjian waralaba yang disahkan secara hukum

²⁰ Supriadi, *Tinjauan Hukum Positif dan Hukum Islam, Konsep Bisnis Waralaba Franchising*), excellent group, pmiikomfaksyahum. Wordpress.com, edisi sabtu, 24 April 2010, di akses pada tanggal 18 Januari 2013

- b) Kesepakatan kerjasama ini menjelaskan secara rinci segala hak, kewajiban dan tugas dari *franchisor* dan *franchisee*
- c) Masing-masing pihak yang bersepakat sangat dianjurkan, bahkan untuk beberapa Negara dijadikan syarat, untuk mendapatkan nasihat dari ahli hukum komponen, mengenai isi dari perjanjian tersebut dan dengan waktu yang dianggap cukup untuk memahaminya.²¹ Sehingga dengan adanya syarat-syarat yang berlaku didalam suatu perjanjian waralaba dapat ditarik kesimpulan terdapat tiga prinsip dari suatu perjanjian waralaba yakni:

- 1) Harus jujur dan jelas
- 2) Tiap pasal dalam perjanjian harus adil
- 3) Isi dari perjanjian dapat dipaksakan berdasarkan hukum

Setiap perjanjian waralaba dikembangkan secara khusus dan tidak meniru perjanjian yang dibuat dalam konteks/faktor yang berbeda dengan kata lain perjanjian yang dibuat berdasarkan suatu kebebasan didalam pembuatan perjanjiannya sehingga menyebabkan sebab perjanjian waralaba dikembangkan secara khusus dan tidak meniru perjanjian yang dibuat dalam konteks/faktor yang berbeda.

Adapun hal-hal yang mempengaruhi dari gambaran di atas bahwa prinsip-prinsip di atas menyebabkan terjadinya suatu hak dan kewajiban antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yaitu sebelum membuat perjanjian tertulis tersebut *franchisor* atau pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan tertulis secara benar kepada *franchisee* atau penerima waralaba, mengenai hal-hal berikut:

²¹ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba, Suatu Panduan Praktis* (Cet. II; Jakarta: Radja Grafindo Persada, 2003), h. 80

- a) Identitas pemberi waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba selama-lamanya dua tahun terakhir
- b) Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba
- c) Persyaratan yang harus dipenuhi oleh penerima waralaba
- d) Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba
- e) Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba
- f) Cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan dan perjanjian waralaba.
- g) Hal-hal lain yang perlu diketahui oleh penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba (Pasal 5 keputusan menteri perindustrian dan perdagangan nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tentang ketentuan dan tata cara pelaksanaan pendaftaran usaha waralaba).²²

3. Unsur-unsur Perjanjian dalam *Franchise*

Sebagaimana diketahui bahwa hal-hal yang terkandung didalam suatu *franchise* (waralaba) mencakup bagian-bagian tertentu salah satunya perjanjian timbal balik merupakan perjanjian yang didalamnya masing-masing pihak menyangkut status sebagai berhak dan berkewajiban atau sebagai kreditur dan debitur secara timbale balik.²³ *Royalty fee* yang merupakan uang yang didapat *franchisor* karena *franchisee* menggunakan merek dagangnya milik *franchisor* ini

²² <http://justitia87.blogspot.com/2009/12/Perjanjian-franchise.html>, diakses tanggal 16 januari 2013

²³ <http://gemaigery.blogspot.com/2010/06/pengertian-kontrak.html>, diakses tanggal 18 januari 2013

dilindungi oleh Undang-Undang dan menurut ketentuan Undang-Undang yang berlaku merek tersebut dimiliki oleh pemegang haknya.²⁴

Adapun unsur-unsur yang dimiliki atas kutipan di atas adalah sebagai berikut:

- a) Waralaba merupakan perjanjian timbale balik antara *franchisor* dan *franchisee*
- b) *Franchisee* berkewajiban membayar *fee* kepada *franchisor*
- c) *Franchisee* diizinkan menjual dan mendistribusikan barang atau jasa *franchisor* menurut cara yang telah ditentukan *franchisor* atau mengikuti metode bisnis yang dimiliki *franchisor*
- d) *Franchisee* menggunakan merek nama perusahaan atau juga symbol-simbol komersial *franchisor*

Selain itu unsur perjanjian waralaba telah dijelaskan sebagai berikut:

- a) Adanya dua pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee*, *franchisor* sebagai pihak yang memberikan bisnis waralaba dan *franchisee* merupakan pihak yang menerima waralaba.
- b) Adanya penawaran dalam bentuk paket usaha dari *franchisor*
- c) Adanya kerjasama dalam bentuk pengelolaan unit usaha antara *franchisor* dan *franchisee*
- d) Dipunyai unit usaha tertentu (outlet) oleh pihak *franchisee* yang akan memanfaatkan paket usaha milik *franchisor*
- e) Terdapat perjanjian tertulis berupa perjanjian baku antara *franchisor* dan *franchisee*.²⁵

²⁴ Ekotama suryono, *Jurus Jitu Memilih Bisnis Franchise* (Yogyakarta: citra media, 2010), h. 81-82

²⁵ Adrian Sutedi, *Op. Cit.*, h. 80

Berdasarkan peraturan pemerintah No. 42 Tahun 2007, perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia, hal tersebut sesuai dengan Pasal 4 Ayat 1. Perjanjian waralaba tidak perlu dibuat dalam bentuk akta notaris, para pihak membuat sendiri di bawah tangan dengan ketentuan KUHPerdara. Menyebutkan hal-hal yang mengatur oleh hukum dan peraturan perundang-undangan merupakan yang harus diataati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba, jika para pihak mematuhi semua peraturan tersebut, maka tidak akan muncul masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba, akan tetapi sering terjadi penyimpangan, penyimpangan menimbulkan wanprestasi, wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera dalam perjanjian waralaba. Adanya wanprestasi dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak, terhadap kerugian yang ditimbulkan dalam pelaksanaan perjanjian waralaba ini berlaku perlindungan hukum bagi pihak yang dirugikan, yaitu pihak yang dirugikan berhak menuntut ganti rugi kepada pihak yang menyebabkan kerugian, kemungkinan pihak yang dirugikan mendapat ganti rugi merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh hukum di Indonesia.²⁶

Bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian waralaba, wanprestasi dari pihak *franchisee* dapat berbentuk tidak membayar biaya waralaba tepat pada waktunya, melakukan hal-hal yang dilarang dilakukan *franchisee*, melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan sistem waralaba dan lain-lain. Wanprestasi dari pihak *franchisor* dapat berbentuk tidak memberikan fasilitas sehingga sistem waralaba tidak berjalan dengan sebagaimana mestinya, tidak mau

²⁶ *Ibid.*, h. 89

membantu *franchisee* dalam kesulitan yang dihadapi ketika melakukan usaha waralaba dan lain-lain.²⁷

Dengan penjelasan atas hal-hal di atas maka unsur-unsur yang terdapat didalam waralaba dapat dipenuhi dan dilaksanakan sesuai aturan-aturan yang berlaku sehingga pihak-pihak yang melaksanakan *franchise* dapat menjalankan usahanya dengan baik.

B. Waralaba Sebagai Bisnis

1. Pengertian Bisnis Waralaba/*Franchise*

Dalam bisnis konvensional, penjual bertanya apakah akan membeli bisnis atau tidak dan kemudian memberikan data tentang perusahaan tersebut, kemudian pembeli memutuskan untuk membeli atau tidak. Tarifnya berbeda-beda sesuai dengan tipe bisnisnya, dan setelah tawar-menawar harga, transaksi pun dilakukan. Pembeli mengambil alih bisnis dan akan menjalankannya sesuai dengan keinginan sendiri, namun dalam konsep bisnis waralaba, pembeli bisnis tersebut tidak dipekenankan untuk menjalankan bisnis sesuai dengan kemauan pembeli (terwaralaba), karena hakikatnya waralaba adalah suatu sistem atau metode yang dimiliki oleh penjual yang disebut pewaralaba, dimana bahwa terwaralaba hanya memiliki kewajiban untuk menjalankan bisnis tersebut sesuai dengan sistem yang diinginkan oleh pewaralaba.²⁸

Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjamin dan diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, pengertian waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem

²⁷ *Ibid.*, h. 91

²⁸ Martin Mendelsohn, *Franchising: Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee* (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Press Indo, 1993), h. 11-12

pemberian hak pemakaian nama dagang oleh *franchisor* kepada pihak independen atau *franchisee* untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan.²⁹

Franchise sendiri dari bahasa Prancis *affranchir* yang artinya to *free* (membebaskan). Dengan istilah *franchise* di dalamnya terkandung seseorang memberikan kebebasan dari ikatan yang menghalangi kepada orang lain untuk menggunakan atau membuat atau menjual sesuatu.³⁰

Pakar waralaba seperti Dr. Martin Mendelsohn asal Amerika Serikat, mengatakan bahwa format bisnis *franchise* adalah modal izin dan satu orang (*franchisor*) kepada orang lain (*franchisee*) yang memberikan haknya (dan biasanya mempersyaratkan). *Franchisee* mengadakan bisnis dibawah nama dagang *franchisor*, meliputi seluruh elemen yang dibutuhkan untuk membuat orang yang sebelumnya belum terlatih dalam berbisnis yang dikembangkan / dibangun oleh *franchisor* dibawah brand memiliki, dan setelah training untuk menjalakkannya berdasarkan pada bisnis yang ditentukan sebelumnya dengan pendampingan yang berkelanjutan. Amir Karamoy mengatakan bahwa secara hukum waralaba berarti persetujuan legal atas pemberian hak atau keistimewaan untuk memasarkan suatu produk/ jasa dari pemilik (waralaba) kepada pihak lain terwaralaba yang ditur dalam permainan tertentu.³¹

Sedangkan menurut Asosiasi *Franchise* Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba ialah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan

²⁹ Adrian Sutedi, *Op. Cit.*, h. 6

³⁰ Moch. Basarah & Faiz Muhidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya* (Cet. I; Bandung: PT. Citra Aditya, 2008), h. 33

³¹ Lukman Hakim, *Info Lengkap Waralaba* (Cet. I; Jakarta: PT. Buku Kita, 2008), h. 13-17

untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur, dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.³²

Sebelum melangkah lebih jauh lagi, berikut ini adalah istilah-istilah yang sering digunakan dalam dunia waralaba.

1) Pemberi Waralaba (*Franchisor*)

Pewaralaba adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain (*franchisee*) untuk memanfaatkan segala ciri khas usaha dan segala kekayaan intelektual, seperti nama, merek dagang, dan sistem usaha, yang dimilikinya.

2) Penerima Waralaba (*Franchisee*)

Terwaralaba adalah badan atau perorangan yang diberikan atau menerima hak untuk memanfaatkan dan menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki oleh *franchisor*.

3) *Master Franchisee*

Master franchisee adalah terwaralaba yang diberi hak oleh pewaralaba untuk memberikan hak lanjutan kepada para terwaralaba lainnya pada suatu area regional tertentu, dan atau membuka sendiri unit-unit waralaba lanjutan tersebut pada daerah tertentu yang dimaksud.

4) *Franchisee Fee*

Franchise Fee atau *fee* waralaba adalah kontribusi *fee* dari terwaralaba kepada pewaralaba, sebagai imbalan atas pemberian hak pemanfaatan dan

³² Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h.

penggunaan hak intelektual yang dimiliki oleh pemberi waralaba dalam kurun waktu tertentu.

5) *Royalty fee*

Royalty fee adalah kontribusi *fee* dari operasional usaha penerima waralaba yang dibayarkan kepada pemberi waralaba secara periodik, biasanya secara bulanan. Lazimnya, *royalty fee* berupa persentase tertentu dari besarnya omzet penjualan terwaralaba. Sebagai contoh, *royalty fee* dikenakan kepada penerima hak lembaga pendidikan primagama adalah sebesar 10,7% dari omzet si penerima waralaba.³³

2. **Jenis-Jenis Waralaba/*Franchise***

Waralaba merupakan salah satu format bisnis yang digemari karena risiko kegagalan yang lebih kecil ketimbang mendirikan sebuah bisnis baru terutama bagi pebisnis pemula.

Ada dua Jenis waralaba yang sudah biasa dijalankan oleh pebisnis Tanah Air.

a) Waralaba Format Bisnis

Yaitu dengan pemberian hak (lisensi) oleh *franchisor* kepada *franchisee* untuk menjual produk/jasa menggunakan merek, identitas dari sistem yang dimiliki *franchisor*. Jenis yang terbanyak digunakan oleh pebisnis di Indonesia ini menawarkan sistem yang komplit dan komprehenship tentang tatacara menjalankan bisnis. Termasuk didalamnya pelatihan dan konsultasi usaha dalam hal pemasaran, penjualan, pengelolaan stok, akunting, personalia, pemeliharaan, pengembangan bisnis.³⁴ Pada

³³ Pietra Sarosa, *Mewaralabakan Usaha Anda* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), h. 2-

³⁴ Sony Sumarsono, *Op. Cit.*, h.5

franchise format bisnis, *franchisor* disamping menerima biaya *franchise*, akan menerima uang melalui *royalty* berlanjut atas penggunaan nama atau merek dagang beserta sistem bisnisnya, yang dijalankan oleh *franchisee*.³⁵

b) Waralaba produk

Berbeda dengan waralaba format bisnis, waralaba jenis kedua yaitu waralaba produk dan merek dagang, merupakan pemberian hak izin dan pengelolaan dari *franchisor* kepada *franchisee* untuk menjual produk dengan menggunakan merek dagang dalam bentuk keagenan, distributor atau lisensi penjualan. Pada jenis ini *franchisor* membantu *franchisee* memilih lokasi dan menyediakan jasa orang untuk pengambilan keputusan.³⁶ Pada waralaba (*franchise*) produk, seorang *franchisor* adalah pembuat produk. Pada *franchise* produk, *franchisor* di samping menerima pembayaran biaya *franchise* juga akan menerima pembayaran dari produk yang dijual kepada *franchisee*.³⁷

3. Karakteristik Waralaba

Franchise harus memiliki syarat dan kriteria yang benar agar dapat digolongkan sebagai *franchise* yang layak dan sesuai koridor hukum. Aturan tentang kriteria kelayakan *franchise* diatur secara jelas dalam PP 42/2007 tentang waralaba. Pasal 3 PP 42/2007 menyatakan waralaba harus memiliki 6 kriteria:

1) Memiliki ciri khas usaha

³⁵ Moch. Basarah & Faiz Muhidin, *Op. Cit.*, h. 50

³⁶ Sony Sumarsono, *Op. Cit.*, h. 6

³⁷ Moch. Basarah & Faiz Muhidin, *Op. Cit.*, h. 49

Suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru atau dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis, dan yang membuat konsumen selalu mencari khas tersebut. Misalnya, keunikan sistem manajemen, cara yang khas dalam penjualan, pelayanan dan penataan, atau cara distribusi yang bersifat khusus dari *franchisor*.

2) Terbukti sudah memberikan keuntungan

Menunjuk pada pengalaman *franchisor* dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.

3) Memiliki standar pelayanan dan standar atas barang dan jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis. Standarisasi yang dibuat secara tertulis oleh *franchisor* dengan maksud agar supaya *franchisee* dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama standarnya. Standar ini dinamakan Prosedur Operasional Standar atau *Standard Operational Procedure* (SOP)

4) Mudah diajarkan dan diaplikasikan

Yang dimaksud adalah mudah dilaksanakan sehingga *franchisee* yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh *franchisor*.

5) Adanya dukungan yang berkesinambungan

Dukungan dari *franchisor* kepada *franchisee* secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan dan promosi. Tanpa adanya dukungan yang

berkesinambungan, maka usaha yang dikembangkan oleh para *franchisee* akan sulit untuk berkembang.

- 6) Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar.³⁸

4. Keuntungan dan Kerugian Sistem Waralaba

Dalam melakukan suatu kegiatan usaha pastinya berhadapan dengan dua kata yaitu keuntungan dan kerugian, apalagi dalam sistem waralaba ini yang melibatkan dua belah pihak, sedangkan keuntungan yang jelas bagi *franchisee* adalah resiko yang ditanggung tidak sebesar memulai usaha baru dari awal, keuntungannya antara lain:

- a) Produk yang ditawarkan telah memasuki pasaran yang luas dan diterimaoleh.
- b) *Franchisee*, tidak perlu mengeluarkan biaya lagi untuk memperkenalkan kredibilitas perusahaan induknya.
- c) Keahlian manajemen karena pengalaman sudah lama dari *franchisor*, dia dapat memberikan bantuan manajemen kepada *franchisee*. Dapat diberikan pelatihan-pelatihan dalam bidang akunting, manajemen personalia, marketing dan produksi.
- d) Kelengkapan modal ini mencakup fasilitas perlengkapan, tata letak, kontrol persediaan dan sebagainya.
- e) Pengetahuan tentang pasar, karena pengetahuan tentang pasar sudah begitu tinggi maka dengan mudah dilakukan perencanaan secara detail untuk menghadapi pasar lokal. Hal ini sangat penting karena pasar regional atau pasar lokal. Kesamaan dan juga ada perbedaan. Masalah

³⁸ Hariyani, Iswi dan Serfianto, *Membangun Gurita Bisnis Franchise* (Jakarta: PustakaYustusia, 2011), h. 44-45

persaingan. Media promosi, selera masyarakat perlu diperhatikan, untuk mengatasi hal ini maka *franchisor* dapat memberikan nasihat dan bantuan untuk memecah masalah yang dijumpai.

- f) Pengawasan. Selalu hal yang dihadapi oleh wirausaha pada permulaan berbisnis adalah menjaga kualitas produk dan layanan. *Franchisor* akan memberikan nasihat-nasihat dalam bidang pengawasan itu.³⁹

Menurut Anang Sukandar, Ketua Umum *Asosiasi Franchise Indonesia* (AFI) agar keuntungan tidak berubah menjadi kerugian maka yang perlu diperhatikan adalah:

- a) Menjaga mutu secara konsisten, penampilan bersih, rapi, menyenangkan dan bergengsi.
- b) Memiliki konsep bisnis yang jelas, berpengalaman dalam mengatasi berbagai persoalan yang muncul dan telah terbukti keberhasilannya.
- c) Bisnis mempunyai keunikan tersendiri sehingga tidak dimiliki pesaingnya.
- d) Keunggulan itu telah dibakukan secara tertulis, mulai dari pemilihan lokasi, perjanjian, analisa bisnis seperti jam operasional, sistem manajemen dan sebagainya.
- e) Pemasaran, penelitian dan pengawasan harus jelas agar mutu tetap terjaga, itu sebagai bukti dukungan pemilik waralaba pada mitra usahanya.
- f) Dengan standar operasi yang ada, ilmu yang bisa diajarkan dan mudah dipelajari orang lain dengan baik dan benar.

³⁹ Buchari Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum* (Bandung: Alfabeta, 2006), h.

- g) Potensi pasar yang besar.
- h) Keuntungan pasti diperoleh bila bisnis dijalankan dalam kurun waktu yang telah ditetapkan, keuntungan itu bukan sesaat, melainkan jangka panjang.
- i) Perjanjian bisnis yang jelas, setara antara pihak yang terlibat, saling menguntungkan dan memiliki dasar hukum yang kuat.
- j) Ciri utama bisnis waralaba adalah kesempatan mandiri, dukungan pemasaran, kesempatan menggunakan nama dan jaringan, dan dilandasi perjanjian.⁴⁰

Menurut Karamoy keunggulan dari sistem waralaba adalah.⁴¹

a. Keunggulan bagi pewaralaba

1) Metode perluasan pasar (*market expansion*)

Suatu wilayah pasar atau suatu pasar yang baru mudah dikembangkan, karena nama citra pewaralaba dapat meluas dengan cepat melalui unit-unit usaha waralaba.

2) Alternatif sumber dana

Modal untuk memperluas usaha lebih kecil, karena sebagian besar biaya untuk mendirikan unit usaha baru dipikul oleh pemegang waralaba

3) Tingkat laba lebih tinggi yang diperoleh dari *up front fee* dan royalty, peralatan dan suplai bahan baku, konsultasi dan sebagainya.

4) Tingkat kegagalan rendah

⁴⁰ Zainal Abidin, *klinik bisnis* (<http://republika.co.id/>, diakses 27 desember 2012)

⁴¹ Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksimum di Laba* (Yogyakarta: Pilar Media, 2006), h. 67

b. Keunggulan bagi terwaralaba

- 1) Memulai suatu bisnis dengan kepercayaan diri yang tinggi, karena didukung oleh pewartalaba.
- 2) Menjalankan bisnis secara efisien karena memiliki sistem bisnis yang sudah mapan
- 3) Akses pasar dan perbankan terbuka.
- 4) Tingkat kegagalan rendah.

Setelah mengulas segala keuntungan dari sistem waralaba baik dari pihak *franchisor* maupun *franchisee* maka dalam sistem inipun ada kelemahannya antara lain:⁴²

a) Kurangnya pengawasan langsung

Outlet sudah bukan milik *franchisor*, meskipun namanya terpasang, outlet itu milik *franchisee*. Sebagai pemilik perusahaan dapat memecat karyawan tetapi sebagai *franchisor* tidak dapat memecat *franchisee* seandainya karena menyangkut hubungan kerjasama kedua belah pihak.

b) Kinerja *franchisee* jelek. Ada dua penyebab kinerja *franchisee* jelek yaitu:

- 1) *Franchisee* tidak diberi pelatihan dengan baik atau tidak kompeten saat menghadapi masalah tertentu.
- 2) *Franchisor* egois dan menganggap tidak ada yang sekaliber dia.

c) Sulit mencari *franchisee* yang memenuhi syarat meskipun banyak *franchisee* yang potensial, namun peluang menjadi *franchisee* juga banyak.

5. Manfaat Waralaba/*Franchise*

⁴²Joseph Mancuso & Boroin, Donald, *Peluang Sukses Bisnis Waralaba Bagaimana Membeli & Mengelola Bisnis Waralaba* (Yogyakarta: Dolphin Books, 2006), h. 65

Waralaba sebagai alternatif model bisnis menawarkan berbagai manfaat yang menarik, baik untuk pemberi waralaba maupun bagi penerima waralaba. Berbagai manfaat yang bisa diperoleh adalah :⁴³

a. Bagi pemberi waralaba

- 1) Pengembangan usaha dengan biaya yang relatif murah
- 2) Potensi *passive income* (pendapatan pasif) yang besar. Yang dimaksud *passive income* adalah pendapatan yang terus mengalir ke saku pengusaha sekalipun dia sudah lagi tidak mengurus usahanya. Dalam konsep waralaba, *passive income* berupa *royalty fee (royalty)* yang dibayarkan penerima waralaba kepada pemberi waralaba
- 3) Efek bola salju dalam hal *brand awareness* (kesadaran merek) dan *brand equity* (ekuitas merek) usaha waralaba. Semakin tinggi kesadaran masyarakat pada suatu merek, maka akan membuat harga pada merek tersebut menjadi tinggi sehingga orang akan berlomba-lomba untuk menjadi *franchisee* suatu waralaba dan pada gilirannya semakin banyak *franchisee* maka akan semakin mengukuhkan *brand awareness* suatu merek
- 4) Terhindar dari Undang-Undang Antimonopoli. Sistem waralaba pada intinya adalah menjalin kemitraan dengan pihak lain dalam menjalankan usaha, sistemnya tidak termasuk sistem yang dilarang dalam UU Antimonopoli

b. Bagi penerima waralaba

⁴³ Pietra Sarosa, *Op. Cit.*, h. 21.

Setidaknya ada empat manfaat yang bisa diperoleh terwaralaba jika membeli waralaba yang telah terbukti berhasil, dibandingkan dengan jika membuka usaha sendiri.

- 1) Memperkecil resiko kegagalan usaha. Resiko kegagalan usaha yang biasa dihadapi oleh para pengusaha yang ingin berusaha membangun bisnis dengan sistem sendiri adalah resiko kegagalan sistem itu sendiri.

Dengan membeli hak waralaba yang sudah ada di pasaran, bisa dikatakan bahwa terwaralaba juga telah membeli sistem yang ada dalam waralaba tersebut sehingga tidak perlu menciptakan sistem sendiri karena tinggal mengaplikasikan sistem yang sudah ada dan sudah terbukti berhasil. Berangkat dari kenyataan ini, maka seringkali dikatakan bahwa dengan membeli waralaba yang sudah ada berarti juga memperkecil resiko kegagalan yang disebabkan oleh kegagalan sistem.

- 2) Menghemat waktu, tenaga, dan dana untuk proses *trial and error*. Dengan mengadopsi sistem yang dimiliki pewaralaba, otomatis sudah banyak menghemat waktu, tenaga dan dana yang seharusnya dikeluarkan untuk proses *trial and error*.
- 3) Memberi kemudahan dalam operasional usaha. Manfaat lain dari membeli waralaba yang sudah ada adalah adanya banyak kemudahan dalam operasional usaha karena biasanya pihak pewaralaba akan membantu semaksimal mungkin. Misalkan saja dalam hal pelatihan karyawan. Biasanya hal ini akan dibantu pelaksanaannya oleh pewaralaba. Pengadaan pasokan bahan baku atau persediaan biasanya juga akan ada bantuan, termasuk standarnisasi dari pihak pewaralaba.

- 4) Menggunakan nama merek yang sudah lebih dikenal masyarakat. Masalah yang sering dihadapi oleh pengusaha yang baru saja mendirikan usaha mandiri oleh pengusaha yang baru saja mendirikan usaha sendiri adalah belum dikenalnya usaha atau merek usahanya tersebut oleh masyarakat. Kesulitan inipun bisa diatasi dengan membeli sistem waralaba. Biasanya nama merek waralaba sudah dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian, terwaralaba tidak perlu repot membentuk nama baru dan memperkenalkannya kepada masyarakat, apalagi biasanya pihak pewaralaba juga memiliki program promosi dan pembentukan *public wareness* lainnya untuk menunjang supaya nama mereknya semakin dikenal masyarakat.

C. Bentuk Bisnis dalam Waralaba

Berikut ini beberapa bentuk-bentuk bisnis dalam waralaba, yang ditawarkan oleh seorang pewaralaba (*franchisor*) karena telah memenuhi syarat, kepada terwaralaba (*franchisee*), menghantarkannya menjadi sebuah hubungan vertikal antara keduanya, yang dibangun berdasarkan kesepakatan. Meliputi nama, sistem bisnis, dan biaya.⁴⁴

1. Nama

Nama ini meliputi nama dagang atau merek dagang menjadi objek perjanjian *franchise* oleh karena nama dagang atau merek yang semula menjadi hak monopoli *franchisor* untuk menggunakan pada barang-barang atau jasa-jasa yang dijualnya kemudian disebabkan perjanjian *franchise*, *franchisee* diberi izin untuk menggunakan pada produk yang dijualnya.

⁴⁴ Yudistiray.wordpress.com/2010/03/30/Semua-Tentang-Waralaba/, diakses pada tanggal 20 Mei 2013.

Dalam kaitannya dengan pemakaian nama dan merek dagang tersebut beberapa kesepakatan yang menyangkut batas-batas hak dan kewajiban akan ditentukan para pihak. Hal-hal tersebut, diantaranya:

- a. Penjaminan *franchisor* tentang keabsahan kepemilikan nama dan merek dagangnya
- b. Penentuan wilayah penggunaan nama dan merek dagang oleh *franchisee*
- c. Penentuan hak eksklusif pemakaian nama dan merek dagang kepada *franchisee* di wilayah yang telah ditentukan.
- d. Pemberian izin kepada *franchisee* untuk men-*subfranchise*-kan kepada pihak ketiga guna mengoperasikan bisnis sejenis di wilayah kewenangan *franchisee* dengan bimbingan dan di bawah kendali *franchisee*.
- e. Pemberian kewenangan kepada *franchisee* atau mungkin bahkan kewajiban untuk mempertahankan nama dan merek dagang milik *franchisor* dari gangguan pihak ketiga.⁴⁵

2. Sistem Bisnis

Keberhasilan dari suatu organisasi waralaba tergantung dari penerapan sistem/metode bisnis yang sama antara pewartalaba dan terwaralaba. Sistem bisnis tersebut berupa pedoman yang mencakup standarisasi produk, metode untuk mempersiapkan atau mengolah produk atau makanan, atau metode jasa, standar rupa dari fasilitas bisnis, standar periklanan, sistem reservasi, sistem akuntansi, control persediaan, dan kebijakan dagang.

Cakupan beberapa pedoman yang tersebut diatas kaitannya dengan sistem bisnis suatu *franchise*, mengindikasikan bahwa hal yang perlu diperhatikan oleh

⁴⁵ Moch. Basarah & Faiz Muhidin, *Op. Cit.*, h. 54-55

seorang *franchisee*, adalah menjalankan suatu bisnis sesuai dengan sistem yang dibuat oleh *franchisor*.⁴⁶

3. Biaya (*fees*)

Biaya dalam *franchise* merupakan objek perjanjian karena biaya ini pada dasarnya merupakan kontraposisi dari *franchisee* kepada *franchisor* sehubungan penerimaan hak-haknya dari *franchisor*. Biaya-biaya tersebut meliputi.

a. *Intial or joining fee*

Adalah biaya yang dibayarkan *franchisee* pada saat pertama kali menutup perjanjian dengan *franchisor*. Pembayaran ini dapat diartikan sebagai biaya pendaftaran atau uang pangkal untuk bergabung dalam jaringan bisnis *franchise*. Initial fee ini dibayarkan sekaligus untuk seluruh jangka waktu selama berlangsungnya perjanjian.

b. *Royalties or continuing fee*

Adalah biaya yang dikeluarkan *franchisee* kepada *franchisor* secara periodic. Biasanya besarnya biaya ini didasarkan pada omzet penjualan *franchisee*.

c. *Others fee* (biaya lain)

Disamping biaya-biaya tersebut diatas, masih ada biaya yang menjadi beban *franchisee*. Biaya-biaya tersebut, seperti biaya pelatihan dan biaya marketing sebagai konsekuensi persyaratan kegiatan pemasaran yang harus dilakukan dan dikelola oleh *franchisee*.⁴⁷

⁴⁶ Martin Mendelsohn, *Op. Cit.*, h. 1

⁴⁷ Moch. Basarah & Faiz Muhidin, *Op. Cit.*, h. 61-62

BAB III

KONSEP BISNIS DALAM ISLAM

A. Konsep Bisnis dalam Ekonomi Islam

1. Dasar etika ekonomi Islam dalam bisnis

Etika di dalam ekonomi Islam mengacu pada dua sumber yaitu al-Quran dan Sunnah atau hadits nabi. Dua sumber ini merupakan sentral segala sumber yang membimbing segala perilaku dalam menjalankan ibadah perbuatan aktivitas umat Islam yang benar-benar menjalankan ajaran Islam. Tetapi dalam implementasi pemberlakuan dua sumber ini secara lebih substantif sesuai dengan tuntutan zaman, perkembangan budaya yang selalu dinamis ini diperlukan suatu proses penafsiran ijtihad baik yang bersifat kontekstual maupun tekstual. Allah berfirman dalam Q.S. an-Nisa (4): 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹

Ajaran Islam tentang nilai-nilai hidup yang utama meliputi semua aspek kehidupan manusia secara utuh, tidak ada satu sisi pun dari kehidupan manusia yang hanya berorientasi kepada pemenuhan kenikmatan duniawi semata. Setiap bentuk *mu'amalah* dari yang paling kecil sampai yang besar, termasuk masalah ekonomi

¹ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *AL-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta:, PT Intermasa, 1974), h. 122

sekalipun, adalah bersifat spiritual, bila dilaksanakan sesuai dengan nilai-nilai ini adalah mutlak perlu.²

Sejumlah pilar mendasar dalam kaitannya dengan perkembangan sistem nilai dari etika ekonomi Islam yang dikembangkan dari upaya reinterpretasi al-Qur'an dan Sunnah. Konsep-konsep berikut diarahkan untuk lebih mengangkat nilai-nilai moral yang berkaitan dengan pencegahan atas tindakan eksploitatif, pembungaan, spekulasi, perjudian dan pemborosan yang telah dirumuskan para ahli adalah sebagai berikut:

a. Konsep kepemilikan dan kekayaan

Secara etimologis kepemilikan seseorang akan materi berarti penguasaan terhadap sesuatu benda sedangkan secara terminologis berarti spesialisasi seorang terhadap suatu benda yang memungkinkannya untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut aplikasi etika dan konsep kepemilikan dan kekayaan pribadi dalam Islam bermuara pada pemahaman bahasannya sang pemilik hakiki dan absolut hanyalah Allah swt.,³ hal ini dibuktikan oleh beberapa surah dalam al-Quran yakni sebagai berikut:

Q.S. Ali 'Imran (3): ayat 189

وَلِلَّهِ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ
M A K A S S A R

Terjemahan:

Kepunyaan Allah-lah kerajaan langit dan bumi, dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.⁴

Q.S. Al Maaidah (5): ayat 120

² Ikhwan Hamdani, *Sistem Pasar; Pengawasan Ekonomi (Hisbah) dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Jakarta: Nur Insani, 2003), h. 17

³ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Cet. I; Jakarta: Prenada Media Group, 2006), h. 105

⁴ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *Op. Cit.*, h. 109

لِلَّهِ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا فِيهِنَّ وَهُوَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Terjemahan:

Kepunyaan Allah-lah kerajaan langit dan bumi dan apa yang ada di dalamnya; dan dia Maha Kuasa atas segala sesuatu.

Q.S. Thaahaa (20): ayat 6

لَهُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا وَمَا تَحْتَ الثَّرَى

Terjemahan:

Kepunyaan-Nya-lah semua yang ada di langit, semua yang di bumi, semua yang di antara keduanya dan semua yang di bawah tanah.

Ayat-ayat diatas, hanya beberapa dari sekian banyaknya keterangan-keterangan yang terdapat di dalam nash al-Quran yang menjelaskan bahwa segala sesuatu yang dapat diambil manfaatnya semacam hasil bumi, lautan, matahari, dan bulan. Semua adalah semata-mata milik Allah swt., sedangkan manusia hanya diberi hak kepemilikan terbatas yaitu sebagai pihak yang diberi wewenang untuk memanfaatkan dan inti dari kewenangan tersebut adalah tugas untuk menjadi khalifah yang beribadah di muka bumi ini inilah moral yang paling mendasar setiap bentukan etika terhadap kepemilikan kekayaannya.

b. Konsep kontribusi kekayaan

Dalam Islam kebutuhan memang menjadi alasan untuk mencapai yang minimum. Namun demikian kecukupan dalam standar hidup yang baik adalah hal yang paling penting mendasari dalam distribusi kekayaan setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi.

Kemudian bagaimana Islam memecahkan problematika ekonomi maka berdasarkan kajian fakta permasalahan ekonomi secara mendalam hakikat permasalahan ekonomi terletak pada bagaimana distribusi harta dan jasa di tengah-

tengah masyarakat sehingga bagaimana menciptakan suatu mekanisme distribusi ekonomi yang adil.

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Hasyr (59): 7

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَىٰ لَا يَكُونَ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا أَتَاكُمُ الرَّسُولُ
فَاخْذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahan:

Apa saja harta rampasan (fa'i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, Rasul, kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah dia. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah;⁵ dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya.

c. Konsep kerja dan bisnis

Paradigama yang dikembangkan dalam konsep kerja dan bisnis Islam mengarah kepada pengertian kebaikan yang meliputi materinya itu sendiri, cara perolehannya dan cara pemanfaatannya, dimana cara memperolehnya dengan cara yang baik dan menghindari riba, sistem bagi hasil dikedepankan dalam merumuskan hubungan kerja, antara tenaga kerja dan modal investasi, kemudian menghindari pemanfaatan dan pemakaian sumber daya secara berlebihan.⁶

d. Konsep halal haram

Dalam Al-quran antara halal dan haram kontrak komersial atau bisnis diatur oleh Allah dalam QS. Al-Baqarah (2): 275

⁵ *Ibid.*, h. 916

⁶ Faisal Badroen, *Op. Cit.*, h. 131

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahan:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila¹⁷⁵. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Menurut penafsiran Quraish Shihab dalam Tafsir al-Misbah, bahwa kandungan dari ayat ini adalah penegasan tentang dilarangnya praktek riba, serta sangat mencela pelakunya, bahkan mengancam pelaku praktek riba tersebut. Riba sendiri adalah mengambil kelebihan di atas modal dari yang butuh dengan mengeksploitasi kebutuhan. Para pemakan riba itulah yang dikecam oleh ayat ini, apalagi praktek ini dikenal luas di kalangan masyarakat Arab.⁸

Pada ayat tersebut terdapat redaksi bahwa “jual beli itu sama dengan riba” redaksi tersebut adalah perkataan para kaum musyrik, artinya kaum musyrik tersebut mempersamakan riba dengan jual beli. Redaksi tersebut dalam *tafsir al-Misbah* dianggap bahwa kaum musyrik memiliki kerancuan berfikir dan ucapan mereka

⁷ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *Op. Cit.*, h. 69

⁸ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan dan Kesan dan Al-Qur'an* (Vol. 1, Cet. I; Jakarta: Lentera Hati), h. 549-550

tersebut seharusnya redaksi adalah bahwa “riba tidak lain kecuali riba”, karena masalah yang dibicarakan adalah riba, sehingga itu yang harus didahulukan. Betapapun keduanya memiliki persamaan bahwa, jual beli adalah transaksi yang menguntungkan kedua belah pihak, sedangkan riba merugikan salah satu pihak.⁹

Bentuk penegasan lain tentang haram-halal tersebut terdapat dalam sebuah hadits Rasulullah yakni sebagai berikut:

إِنَّ الْحَلَلَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ اسْتَبْرَأَ دِينَهُ وَعَرْضَهُ وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ أَوْ إِنْ لِكُلِّ مَلَكٍ حِمًى أَوْ إِنْ حِمَى اللَّهِ مَحَارِمَهُ أَوْ إِنْ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةٌ إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَفَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ

Artinya:

Sesungguhnya perkara halal itu jelas dan perkara haram itupun jelas, dan diantara keduanya terdapat perkara-perkara yang subhat (meragukan) yang tidak diketahui oleh banyak orang karena itu barang siapa menjaga diri dari perkara subhat ia telah terbebas dari kecaman untuk agamanya dan kehormatannya dan orang yang tejerumus ke dalam subhat, berarti tejerumus ke dalam perkara haram, seperti pengembala yang mengembala di sekitar tempat terlarang maka kemungkinan besar gembalanya akan masuk ke tempat terlarang tadi, ingat sesungguhnya di dalam tubuh itu ada sebuah gumpalan apabila dia baik, maka baik pula seluruh tubuh, dan jika ia rusak, maka rusak pula seluruh tubuh tidak lain ia adalah Nabi”. (H.R. Muslim)¹⁰

2. Landasan Normatif Bisnis dalam Islam

Pertama, tauhid (kesatuan). Tauhid merupakan konsep serba eksklusif dan serba inklusif. Pada tingkat absolut ia membedakan khalik dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat kepada kehendak-Nya, tetapi pada eksistensi manusia memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat sebab seluruh umat manusia

⁹ *Ibid.*, h. 554

¹⁰ Ahmad Mudjab Mahalli dan Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-Hadis Muttafaq Alaih Bagian Munakahat & Mu'amalat*, (Ed. 1; Jakarta: Kencana, 2004), h. 120-121

dipersatukan dalam ketaatan kepada Allah semata. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam sekaligus hirizontal yang memadukan segi politik, sosial ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen yang konsisten dari dalam dan luas sekaligus terpadu dengan alam luas.¹¹

Dari konsepsi ini, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnis harus memperhatikan tiga hal: (1), tidak diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. (2), Allah yang paling ditakuti dan dicintai. (3), tidak menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah.¹²

Kedua, keseimbangan (Keadilan). Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antara manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (masyarakat) dan dengan lingkungan.¹³

Keseimbangan ini sangat ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*. *Ummatan wasathan* adalah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembeda. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderenan merupakan prinsip etis mendasar yang

¹¹ Syed Nawab Naqvi, *Ethict and Economics: An Islamic Syntesis*, telah diterjemahkan oleh Husin Anis: *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, (Bandung: Mizan, 1993), h. 50-51

¹² Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Ethict* (Virginia: International Institute of Islamic Thought, 1997), h. 20-23

¹³ Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam* (Cet. I; Yogyakarta: AK Group, 2005), h. 23

harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis.¹⁴

Dalam al-Qur'an dijelaskan bahwa pembelanjaan harta benda harus dilakukan dalam kebaikan atau jalan Allah dan tidak pada sesuatu yang dapat membinasakan diri.¹⁵ Harus menyempurnakan takaran dan timbangan dengan neraca yang benar.¹⁶ Dijelaskan juga bahwa ciri-ciri orang yang mendapat kemuliaan dalam pandangan Allah adalah mereka yang membelanjakan harta bendanya tidak secara berlebihan dan tidak pula kikir, tidak melakukan kemusyrikan, tidak membunuh jiwa yang diharamkan, tidak berzina, tidak memberikan kesaksian palsu, tidak tuli dan tidak buta terhadap ayat-ayat Allah.¹⁷

Agar keseimbangan ekonomi dapat terwujud maka harus terpenuhi syarat-syarat berikut: (1), produksi, konsumsi dan distribusi harus berhenti pada titik keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang. (2), setiap kebahagiaan individu harus mempunyai nilai yang sama dipandang dari sudut sosial, karena manusia adalah makhluk *teomorfis* yang harus memenuhi ketentuan keseimbangan nilai yang sama antara nilai sosial marginal dan individual dalam masyarakat. (3), tidak mengakui hak milik yang tak terbatas dan pasar bebas yang tak terkendali.¹⁸

Ketiga, Kehendak Bebas. Manusia sebagai khalifah di muka bumi sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan yang akan dicapainya. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*free will*)

¹⁴ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h.13

¹⁵ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *Op. Cit.*, h. 47

¹⁶ *Ibid.*, h. 429

¹⁷ *Ibid.*, h. 568-569

¹⁸ Syed Nawab Naqwi, *Op. Cit.*, h. 99

untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Berdasarkan aksioma kehendak bebas ini, dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada.¹⁹

Dalam mengembangkan kreasi terhadap pilihan-pilihan, ada dua konsekuensi yang melekat. Di satu sisi ada niat dan konsekuensi buruk yang dapat dilakukan dan diraih, tetapi di sisi lain ada niat dan konsekuensi baik yang dapat dilakukan dan diraih. Konsekuensi baik dan buruk sebagai bentuk risiko dan manfaat yang bakal diterimanya yang dalam Islam berdampak pada pahala dan dosa.

Keempat, Pertanggungjawaban. Segala kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan sesuai dengan apa yang ada dalam al-Qur'an "*Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya*".²⁰ Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya mesti memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebebas-bebasnya, melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam al-Qur'an dan Sunnah rasul yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam menggunakan potensi sumber daya yang dikuasai. Tidak kemudian digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis yang terlarang atau yang diharamkan, seperti judi, riba dan lain sebagainya. Apabila digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis yang jelas-jelas halal, maka cara pengelolaan yang dilakukan harus juga dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil dan mendatangkan manfaat optimal bagi semua komponen masyarakat yang secara

¹⁹ Rafiq Issa Beekun, *Op. Cit.*, h. 24

²⁰ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *Op. Cit.*, h. 995

kontributif ikut mendukung dan terlibat dalam kegiatan bisnis yang dilakukan.

Pertanggungjawaban ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomi dan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Hal ini diimplementasikan minimal pada tiga hal, yaitu: (1), dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat. (2), *economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya tidak dapat diramalkan dengan probabilitas nol dan tak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem bunga). (3), Islam melarang semua transaksi *alegtoris* yang dicontohkan dengan istilah *gharar*.²¹

3. Orientasi Bisnis dalam Islam

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama: (1) target hasil: *profit*-materi dan *benefit*-nonmateri, (2) pertumbuhan, (3) keberlangsungan, (4) keberkahan.²²

Target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri, artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

Benefit, yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal

²¹Syed Nawab Naqvi, *Op.Cit.*, h.103

²² Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 18

perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan *qimah insaniyah*, berarti pengelola berusaha memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. *Qimah khuluqiyah*, mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu *qimah ruhiyah* berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah swt..²³

Pertumbuhan, jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara. *Keberlangsungan*, target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat *exis* dalam kurun waktu yang lama. *Keberkahan*, semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridha dari Allah swt., dan bernilai ibadah.²⁴

B. Metode Bisnis Islam

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang menyediakan barang atau jasa, yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen, pihak penyedia ini juga disebut sebagai

²³ *Ibid.*, h. 19

²⁴ *Ibid.*, h. 20

produsen.²⁵ Dalam dunia usaha, biasanya seseorang akan memulai berbisnis karena melihat suatu peluang, didukung oleh modal yang dimiliki seperti skill, harta (uang) dan lain-lain. Berbisnis biasanya dibangun atau dengan modal kemampuan sendiri, ada juga dengan melakukan penggabungan modal kalau dalam Islam disebut *Syirkah*.

Syirkah disebut juga sebagai bentuk kerjasama bisnis dalam Islam. *Syirkah* secara etimologi, yaitu perkongsian. Secara terminologi Secara terminologi definisi *syirkah* adalah akad yang dilakukan oleh orang-orang yang bekerjasama dalam modal dan keuntungan. Dengan adanya *syirkah* yang disepakati diantara kedua belah pihak, semua pihak yang mengikatkan diri berhak hukum terhadap harta *syarikat* itu dan berhak mendapatkan keuntungan terhadap harta yang disepakati.²⁶

Berikut ini beberapa pendapat para ulama fiqh yang mendefinisikan *syirkah*, antara lain:

1. Menurut Hanafiah
Syirkah adalah ungkapan tentang akad (perjanjian) antara dua orang yang berserikat di dalam modal dan keuntungan.
2. Menurut Malikiyah
Syirkah adalah persetujuan untuk melakukan tasarruf bagi keduanya beserta diri mereka; yakni setiap orang yang berserikat memberikan persetujuan kepada teman serikatnya untuk melakukan tasarruf terhadap harta keduanya di samping masih tetapnya hak tasarruf bagi masing-masing peserta.
3. Menurut Syafi'iyah
Syirkah adalah syara' adalah suatu ungkapan tentang tetapnya hak atas suatu barang bagi dua orang atau lebih secara bersama-sama.
4. Menurut Hanabilah

²⁵ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis Pengenalana Praktis dan Studi Kasus* (Cet. I; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 1

²⁶ A.H. Azaruddin Latif, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: UIN Jakarta, 2005), h. 129

Syirkah adalah berkumpul atau bersama-sama dalam kepemilikan atas hak atau tasarruf.²⁷

Di dalam *Ensiklopedi Fiqih Muamalah dalam Pandangan 4 Madzhab* karangan Miftahul Khairi terdapat hukum syar'i dan dasar dari Syirkah. Al-Qur'an dan hadits yang merupakan dasar hukum syirkah yakni sebagai berikut:

- Dasar dari al-Qur'an adalah firman Allah Ta'ala

(فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِنْهُ)

Terjemahan:

“..... Maka suruhlah salah seorang di antara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah Dia Lihat manakah makanan yang lebih baik, Maka hendaklah ia membawa makanan itu untukmu” (QS: al-Kahfi [18]: 19)²⁸

- Dasar dari hadits

Banyak hadits yang menjelaskan tentang syirkah. Di antaranya dalam hadits yang bersumber dari as-Sa'ib ibnu Abi as-Sa'ib (mengutip dalam *Ensiklopedi Fiqih Muamalah dalam Pandangan 4 Madzhab*) bahwa ia berkata kepada Nabi,

كُنْتُ شَرِيكِي فِي الْجَاهِلِيَّةِ فَكُنْتُ خَيْرَ شَرِيكِ لَا يُدَارِيْنِي وَلَا تُثْمَرِيْنِي

Artinya:

“Dulu pada zaman Jahiliyah engkau menjadi mitraku. Engkau mitra yang paling baik, engkau tidak mengkhianatiku dan tidak membantahku.” (Riwayat Abu Dawud, (Nasa' i, dan al-Hakim, dan dia menshahihkannya).

Hadis di atas menunjukkan disyari'atkannya syirkah karena Nabi SAW juga mempraktekannya.²⁹

²⁷ H. Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Ed. 1, Cet. I; Jakarta: Amzah, 2010), h. 340-341

²⁸ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *Op.Cit.* h. 446

Konsep kerjasama dalam Islam ada 2 (dua) macam: yaitu *syirkah Al-Amlak* dan *syirkah Al-Uqud*,

a) *Syirkah Al-Amlak*

Syirkah al-Amlak atau *syirkah* milik yaitu kepemilikan oleh dua orang atau lebih terhadap satu barang tanpa melalui akad *syirkah*, dengan begitu dapat dipahami bahwa *syirkah* milik adalah suatu *syirkah* di mana dua orang atau lebih bersama-sama memiliki suatu barang tanpa melakukan akad *syirkah*.³⁰

Syirkah ini terbagi dua bagian:

- 1) *Syirkah Ikhtiyariyah*, suatu bentuk kepemilikan bersama yang timbul karena perbuatan orang-orang yang berserikat. Contoh A dan B membeli sebidang tanah, atau dihibahi atau diwasiati sebuah rumah oleh orang lain, dan keduanya (A dan B) menerima hibah atau wasiat tersebut. Dalam contoh ini pembeli yaitu A dan B, orang yang dihibahi, dua orang yang diberi wasiat (A dan B) bersama-sama memiliki tanah atau rumah tersebut, secara sukarela tanpa paksaan dari pihak lain.
- 2) *Syirkah Jabariyah*, yaitu suatu bentuk kepemilikan bersama yang timbul bukan karena perbuatan orang-orang yang berserikat, melainkan harus terpaksa diterima oleh mereka. Contohnya, A dan B menerima warisan sebuah rumah. Dalam contoh ini rumah tersebut dimiliki bersama oleh A dan B secara otomatis (paksa), dan keduanya tidak bisa menolak.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *syirkah* kepemilikan tercipta karena warisan, wasiat, atau kondisi lain yang mengakibatkan pemilikan satu asset oleh dua orang

²⁹ Miftahul Khairi, *Ensiklopedi Fiqih Muamalah dalam Pandangan 4 Madzhab*. (Cet. I; Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009), h. 262-264

³⁰ H. Ahmad wardi Muslich, *Op. Cit.*, h. 344

atau lebih. Dalam *syirkah* ini kepemilikan dua orang atau lebih berbagi dalam sebuah asset nyata dan berbagi pula keuntungan yang dihasilkan asset tersebut

b) *Syirkah Al-'Uqud*

Syirkah 'Uqud adalah suatu ungkapan tentang aqad yang terjadi antara dua orang atau lebih untuk bersekutu di dalam modal dan keuntungannya, dibandingkan dengan *syirkah al-amlak*, *syirkah* ini tercipta karena adanya kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal musyarakah merekapun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian.

Ada beberapa pendapat yang berbeda antara para ulama fiqh tentang *syirkah Uqud*: *Pertama*, Hanabilah yang membagi menjadi 5 yaitu *syirkah Inan*, *syirkah Mudharabah*, *syirkah wujud*, *syirkah abdan*, dan *syirkah mufawadah*.

Kedua, Hanafiah, membagi *syirkah uqud* menjadi 6 macam:

- a) *Syirkah amwal*
 - Mufawadhah
 - 'Inan
- b) *Syirkah a'mal*
 - Mufawadhah
 - 'Inan
- c) *Syirkah wujud*
 - Mufawadhah, dan
 - 'Inan.

Ketiga, Malikiyah dan Syafi'iyah, *syirkah* itu ada empat macam: *syirkah abdan*, *syirkah mufawadhah*, *syirkah wujud*, dan *syirkah 'Inan*.³¹

Adapun *syirkah Mudharabah* yang dimasukkan oleh Hanabilah, sebagai salah satu jenis *syirkah*, akan dijelaskan dibagian tersendiri dari metode bisnis Islam, karena *mudharabah* sebenarnya beda dengan *syirkah*, yang pengertian umumnya

³¹ *Ibid.*, h. 345-346

kerjasama antara beberapa orang dan modal dan keuntungan, sedangkan *mudharabah* adalah kerjasama antara beberapa orang, dimana satu pihak mengeluarkan modal sedang pihak lainnya mengeluarkan tenaga.³²

Syirkah aqad menjadi 4 bagian yaitu, sebagai berikut:

1) *Syirkah al-inan*

Para ulama fiqih sepakat bahwa *syirkah al-inan* hukumnya boleh. Dalam *syirkah* ini modal yang digabungkan oleh masing-masing pihak tidak harus sama jumlahnya, demikian juga halnya tidak harus sama dan dilakukan berdasarkan kontrak atau perjanjian. *Syirkah al-inan* merupakan jenis *syirkah* yang paling banyak diterapkan dalam dunia bisnis, hal ini dikarenakan keluasan ruang lingkupnya dan sistem pelaksanaannya yang fleksibel. Berikut ini beberapa karakteristik dari *syirkah al-inan*:

- a. Besar penyertaan modal masing-masing anggota tidak harus sama.
- b. Masing-masing anggota mempunyai hak penuh untuk aktif langsung dalam pengelolaan usaha, tetapi ia juga dapat menggugurkan hak tersebut dari dirinya.
- c. Pembagian keuntungan dapat didasarkan pada persentase modal masing-masing, tetapi dapat pula atas dasar negosiasi.
- d. Kerugian dan keuntungan bersama sesuai dengan besarnya penyertaan modal masing-masing.³³

2) *Syirkah al-Mufawadhah*

³² *Ibid.*, h. 347

³³ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang* (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1996), h. 279

Yaitu perjanjian antara dua pihak atau lebih dimana masing-masing pihak menyerahkan bagian modal yang jumlahnya sama besar dan ikut berpartisipasi dalam pekerjaan. Demikian pula tanggung jawab dan beban utang dibagi oleh masing-masing pihak. Beberapa syarat dalam *syirkah al-mufawadhah* adalah sebagai berikut:

- a. Nilai masing-masing pihak harus sama
- b. Persamaan wewenang dalam bertindak. Dengan demikian tidak sah perserikatan anak kecil dengan orang dewasa.
- c. Persamaan agama. Maka tidak sah perserikatan antara orang muslim dengan non muslim.
- d. Setiap pihak atau mitra dapat penjamin atau wakil pihak yang lainnya dalam pembelian dan penjualan barang yang diperlukan.³⁴

3) *Syirkah al-Abdan (al-A'mal)*

Yaitu perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih yang memiliki keahlian atau profesi yang sama untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dimana keuntungan dibagi bersama. Misalnya, kerjasama dua orang arsitek untuk menggarap proyek atau kerjasama dua orang penjahit untuk menerima order seragam kantor. Profesi dan keahlian ini bisa sama dan juga bisa berbeda, misalnya tukang kayu dengan tukang besi, mereka menyewa tempat untuk perniagaannya dan bila mendapat keuntungan dibagi menurut kesepakatan bersama. Dalam *syirkah* ini para mitra hanya menyumbangkan keahlian dan tenaga untuk bisnis tanpa memberikan modal. *Syirkah* ini lazim disebut juga *syirkah al-sanaa'i* (*syirkah* para tukang) atau *syirkah al-taqabbul* (*syirkah* penerimaan).³⁵

³⁴ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang menurut Islam. Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi* (Cet. I; Bandung: cv. Diponegoro, 1984), h. 261

³⁵ *Ibid.*, 260

4) *Syirkah al-Wujuh*

Yaitu perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih yang masing-masing memiliki reputasi dan kredibilitas (kepercayaan) dalam melakukan suatu usaha. Mereka membeli barang secara kredit dari suatu perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai. Sedangkan keuntungan yang diperoleh dibagi sama. *Syirkah* semacam ini mirip dengan makelar yang banyak dilakukan orang pada zaman modern sekarang ini. Dalam perserikatan ini pihak yang berserikat membeli suatu barang hanya didasarkan kepada kepercayaan yang kemudian barang tersebut mereka bayar dengan tunai.

Sama halnya dengan *syirkah abdan*, dimana para pihak mitra hanya menyumbangkan keahlian dan tenaganya untuk mengelola bisnis tanpa memberikan modal, dalam *syirkah wujuh* para mitra juga hanya menyumbangkan *goodwill*, *credit worthiness* dan hubungan-hubungan (kontrak-kontrak) mereka untuk mempromosikan bisnis mereka tanpa menyetorkan modal. Oleh karena itu biasanya kedua bentuk kemitraan ini terbatas hanya digunakan untuk usaha kecil saja.³⁶

Beberapa syarat pokok *Musyarakah* menurut Usmani (1998) antara lain:

1. Syarat akad. Karena *musyarakah* merupakan hubungan yang dibentuk oleh para mitra melalui kontrak/akad yang disepakatin bersama, maka otomatis empat syarat akad yaitu: 1) syarat berlakunya akad (In'Iqad), 2) syarat sahnya akad (shihah) 3) syarat terealisasinya akad (ahliyah dan wilayah), akad harus dilaksanakan atas persetujuan para pihak tanpa adanya tekanan, penipuan, atau penggambaran yang keliru dan sebagainya.

³⁶ Afzalurrahman, *Op.Cit.*, h. 280

2. Pembagian proporsi keuntungan. Dalam pembagian proporsi keuntungan, harus dipenuhi hal-hal berikut:
 - a) Proporsi keuntungan yang dibagikan kepada mitra usaha harus disepakati diawal kontrak/akad. Jika proporsi belum ditetapkan, akad tidak sah menurut syari'ah.
 - b) Rasio/nisbah keuntungan yang untuk masing-masing mitra usaha harus ditetapkan sesuai dengan keuntungan nyata yang diperoleh dari usaha, dan tidak ditetapkan berdasarkan modal yang disertakan. Tidak diperbolehkan untuk menetapkan lumsum untuk mitra tertentu, atau tingkat keuntungan tertentu yang dikaitkan dengan modal investasinya.
3. Penentuan proporsi keuntungan. Dalam menentukan proporsi keuntungan terdapat beberapa pendapat para ahli hukum Islam sebagai berikut:
 - a) Imam Malik dan Imam Syafi'i berpendapat bahwa proporsi keuntungan dibagi diantara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad sesuai dengan proporsi modal yang disertakan.
 - b) Imam Ahmad berpendapat bahwa proporsi keuntungan dapat pula berbeda dari proporsi modal yang mereka sertakan.
 - c) Imam Abu Hanifah yang dapat dikatakan sebagai pendapat tengah-tengah berpendapat bahwa proporsi keuntungan dapat berbeda dari proporsi modal pada kondisi normal. Namun demikian mitra yang memutuskan untuk menjadi *sleeping partner*, proporsi keuntungannya tidak boleh melebihi proporsi modalnya.³⁷

³⁷Antonio Syafii, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), h.

Setelah beberapa bagian-bagian dan penjelasan *syirkah* yang tersebut diatas, berikut ini adalah tentang *Syirkah Mudharabah* yang disebut juga qirad.

1. Pengertian *Syirkah Mudharabah*

Dalam literature fiqh, terdapat dua istilah yang menunjukkan pengertian *mudharabah*. Yang pertama istilah *mudharabah* itu sendiri dan yang kedua istilah qirad. Namun pengertian keduanya adalah sama saja. Istilah *mudharabah* adalah bahasa penduduk Irak dan kebanyakan digunakan oleh mahzab Hanafi dan Zaydi dan *Qirad* adalah bahasa istilah yang digunakan penduduk Hijaz dan kebanyakan digunakan oleh mazhab Maliki dan Syafi'i.

Mudharabah berasal dari kata *darb*, yang berarti secara harfiah adalah bepergian atau berjalan. Al-Qur'an tidak secara langsung menunjuk istilah *mudharabah*, melainkan melalui akar kata *d-r-b* yang diungkapkan sebanyak lima puluh delapan kali. Dari beberapa kata inilah yang kemudian mengilhami konsep *mudharabah*.³⁸

Dalam hadits, akar kata *mudharabah* (*daraba*) pun banyak disebutkan, tetapi juga mengidentifikasi makna yang bermacam-macam. Misalnya *hatta nadribal qoum*, sehingga kami memerangi kaum tersebut. Contoh lain hadits yang berbunyi *yaqdhi fil mudarib illa bi qada'ain*. Kata *daraba* dalam hadits inipun tidak menunjukkan arti *mudharabah* yang sudah dikenal sekarang. Dengan demikian istilah *mudharabah* tidak disebutkan secara eksplisit dalam al-Qur'an maupun al-hadits sebagaimana pengertian yang ada sekarang. Namun para ulama berbeda pendapat

³⁸ Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga Studi Kritis dan Interpretasi Kontemporer tentang Riba dan Bunga* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 91

mengenai penyebutan yang ada dalam hadits. Hal ini karena ada beberapa perilaku sahabat yang serupa dengan konsep *mudharabah* dan nabi membiayarkannya.

Istilah *mudharabah* diambil dari kata *darib*, dinamakan demikian karena *darib* berhak untuk menerima bagian keuntungan atas dukungan dari kerjanya. Secara rinci *mudharabah* adalah suatu kontrak kemitraan (*partnership*) yang berlandaskan pada prinsip pembagian hasil dengan cara seseorang memberikan modalnya kepada yang lain untuk melakukan bisnis dan kedua belah pihak membagi keuntungan atau memikul beban kerugian berdasarkan isi perjanjian bersama.³⁹

Menurut Hanafiyah, *mudharabah* adalah suatu perjanjian untuk berkongsi di dalam keuntungan dengan modal dari salah satu pihak dan kerja (usaha) dari pihak lain. Menurut Mazhab Maliki yaitu penyerahan uang dimuka oleh pemilik modal dalam jumlah uang yang ditentukan kepada seorang yang akan menjalankan usaha dengan uang itu dengan imbalan sebagian dari keuntungannya. Menurut mazhab Syafi'i mendefinisikan dengan pemilik modal menyerahkan sejumlah uang kepada pengusaha untuk dijalankan dalam suatu usaha dagang dengan keuntungan menjadi milik bersama antara keduanya. Sedangkan menurut mazhab Hambali yakni penyerahan suatu barang atau sejenisnya dalam jumlah yang jelas dan tertentu dari keuntungannya.⁴⁰

Adapun *syirkah mudharabah* adalah transaksi perserikatan antara dua orang atau lebih yang salah satu pihak memeberikan modal dan pihak lainnya melakukan pekerjaan dan keuntungan dibagi berdua sesuai dengan kesepakatan.⁴¹

³⁹ Afzalurrahman, *Doktrin Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), h. 380

⁴⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YPKN, 2004), h. 82-83

⁴¹ Miftahul Khairi, *Op. Cit.*, h. 286

Definisi di atas mencakup unsur-unsur bagi hasil yang secara tersendiri telah didefinisikan fuqaha' bukan dalam kerangka *syirkah*. Tetapi ada kesamaan yang proporsional dengan yang ada pada *syirkah*.⁴²

2. Hukum *Syirkah Mudharabah*

Fuqaha sepakat diperbolehkannya *syirkah mudharabah*. Kebolehan ini juga berdasarkan kepada ayat-ayat al-Qur'an dan hadist-hadist Nabi saw.. Di samping itu, umat manusia sangat membutuhkannya karena tidak semua orang mempunyai harta memiliki keahlian dalam mendayagunakan dan mengembangkan hartanya.⁴³ Begitu pula sebaliknya, tidak semua orang yang mampu mengembangkan harta dan melakukan pekerjaan mempunyai modal. Dengan demikian, eksistensi *syirkah mudharabah* dapat merealisasikan kemaslahatan kedua belah pihak.

Mayoritas fuqaha' berpendapat bahwa al-*mudharabah* disyariatkan dengan tidak sejalan dengan qiyas, tetapi merupakan pengecualian. Hal ini karena qiyas yang berlaku adalah tidak boleh mempekerjakan dengan upah yang tidak diketahui atau dengan upah yang tidak ada, dan pekerjaannya pun juga tidak diketahui

Sebagian fuqaha' terutama Ibnu Taimiyah dan Ibnu al-Qayyim berpendapat bahwa *mudharabah* disyariatkan sesuai dengan qiyas karena *mudharabah* termasuk kategori perserikatan, bukan tukar menukar. Pendapat inilah yang rajah (valid) karena pemilik modal berserikat dengan pekerja untuk melakukan aktivitas komersial dengan konsekuensi yang sama, baik untung maupun rugi, sebagaimana yang dituntut dalam

⁴² Ar-Ramli; *Nihayat ul-Mutaj* (Beirut: Dar al-Fikr, t.th), IV: 161

⁴³ Ibn Qudamah, *Al-Mughni* (Mesir: Mathaba'ah Al-Imam, t.th), V: 26

mudharabah adalah modal, bukan pekerjaan seorang pelaksana. Oleh karena itu, *mudharabah* berbeda dengan *ijarah*.⁴⁴

3. Macam-macam *mudharabah*

Mudharabah dibagi menjadi dua bagian berikut ini:

- a. *Mudharabah Muthalaqah* (bagi hasil mutlak), yaitu pemilik modal memberikan modal kepada pemilik usaha tanpa pembatasan jenis usaha, tepatnya. Waktunya dan orang yang dia ajak untuk bekerjasama. Dalam *syirkah* seperti ini, pelaksana usaha boleh mendayagunakan modal yang menurut pandangannya akan mendapatkan kemaslahatan, dan sesuai dengan kebiasaan para pengusaha.
- b. *Mudharabah Muqayyadah* (bagi hasil terbatas), yaitu pemilik modal memberikan modal kepada pelaksana usaha dengan menentukan jenis usaha, tempat, dan waktunya, atau menentukan mitra yang diajak kerjasama bersama pelaksana usaha.

Fuqaha' berbeda pendapat mengenai pembatasan itu dan sesuai yang harus dilakukan. Demikian ini berdasarkan ijtihad mereka. Orang yang berpendapat bahwa pembatasan itu bermanfaat, maka ia membolehkannya. Sebaliknya, orang yang berpendapat bahwa tidak bermanfaat, bahkan mempersempit gerak pelaksana usaha yang dapat berakibat tidak tercapainya keuntungan yang ditargetkan, maka ia tidak membolehkannya.⁴⁵ Pelaksana usaha dalam *syirkah* harus memenuhi syarat yang diajukan pemilik modal dan tidak boleh melanggarnya.

⁴⁴ Al-Hatbah: *Mawahibul-Jalil* (Beirut: Dar Al Fikr, t. th), V: 356

⁴⁵ Al-Kaisani: *Bada'i Ash-Shana'I* (Beirut, Libanon: Dar Al Fikr, t. th), VI: 87

C. Aplikasi Bisnis Islam

Aplikasi bisnis Islam, berbicara tentang praktek-praktek bisnis secara Islami. Dengan beralih kepada konsep Islam sebagai agama merupakan gabungan antara tatanan kehidupan praktis dan sumber etika yang mulia. Antara keduanya terdapat ikatan yang sangat erat yang tidak terpisahkan. Kombinasi antara ekonomi dan etika bukanlah yang baru di dalam Islam, sebab keuniversalan syari'at Islam melarang berkembangnya ekonomi tanpa etika. Berikut ini beberapa praktek-praktek bisnis Islam dengan menggunakan skala prioritas sebagai bentuk keutamaan dalam berbisnis.

1. Mendahulukan sesuatu yang secara moral bersih dari pada sesuatu yang secara moral kotor, meskipun akan mendatangkan keuntungan yang lebih besar.

Salah satu contoh Islam melarang sikap batil yaitu larangan melakukan ekonomi dengan proses kebatilan sebagaimana firman Allah dalam Q.S. At-Taubah (9): 34

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim yahudi dan rahib-rahib nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan yang batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkannya pada jalan Allah, maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih.⁴⁶

⁴⁶ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *Op. Cit.*, h. 283

Sifat kebatilan seringkali digunakan untuk memperoleh harta benda secara sengaja, bahkan untuk memperkuat kebatilannya sampai mengetahui lembaga hukum. Ayat tersebut merupakan peringatan kepada orang-orang yang merampas hak orang lain dengan jalan yang batil dan hal tersebut merupakan praktek ekonomi yang tidak dibenarkan menurut al-Qur'an, karena yang berbuat kebatilan telah melanggar hak dan berbuat aniaya dan jika kita dapat menjauhkan dari perbuatan tersebut, maka akan selamat dan mendapat kemuliaan.⁴⁷

Disinilah pentingnya etika ekonomi untuk menjaga pengelolaan dan pengembangan harta benda yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dari jalan kebatilan, harta benda tidak ubahnya seperti ruh karena itu hendaknya dijaga dan tidak dirusak dengan jalan batil. Merampas harta benda dan hal-hal yang berhubungan dengannya melalui jalan yang batil sama saja dengan membunuh diri sendiri, bahkan sama dengan membunuh umat manusia. Penyamaan harga dengan ruh adalah penggambaran yang tepat dalam kehidupan sosial, banyak kasus sengketa keluarga, sengketa harta benda yang berujung dengan pembunuhan.⁴⁸

2. Melakukan bisnis yang bermanfaat bagi alam dan lingkungan

Dalam ekonomi Islam menganjurkan agar menjaga sumber daya alam karena ia merupakan nikmat dari Allah kepada hamba-Nya. Islam mengahalalkan segala sumber daya alam yang ada untuk dikelola tetapi manusia diwajibkan untuk menjaga sumber daya alam dari polusi, kehancuran dan kerusakan.⁴⁹

Firman Allah swt. dalam Q.S. al-Qashash (28): 77

⁴⁷ Issa Baekun, *Op. Cit.*, h. 76

⁴⁸ *Ibid.*, h. 79

⁴⁹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1995), h.

وَأَتَّبِعْ فِيمَا ءَاتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Terjemahan:

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. ⁵⁰ Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Al-Qur'an memberlakukan penilaian berlipat ganda, bahkan berlipat-lipat terhadap perbuatan-perbuatan yang membawa konsekuensi sosial kemasyarakatan hal ini dapat dimaknai bahwa Al-Qur'an sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kesetimbangan (sosial-ekonomi), keselamatan dan kebaikan, sebaliknya tidak menyutujui adanya kerusakan dan ketidakseimbangan .

3. Melakukan bisnis yang halal dari pada yang haram

Dalam ekonomi Islam tidak diperkenankan pada seseorang berbisnis yang baik yang mengandung riba. Sebagaimana dalam Q.S. al-Baqarah (2): 278-279

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِن تُبْتِغُوا فَلََكُمْ رَأْسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. ⁵¹

⁵⁰ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *Op. Cit.*, h. 623

⁵¹ *Ibid.*, h. 69-70

4. Melakukan bisnis tanpa menzalimi orang lain

Dalam ekonomi Islam tidak diperkenankan pada kita berbuat zalim. Kezaliman telah banyak dilakukan oleh manusia, seperti menghalang-halangi diri jalan Allah, memakan riba, memakan harta dengan jalan batil. Sebagaimana dalam firman Allah dalam Q.S. As-Syuura (42): 42

إِنَّمَا السَّبِيلُ عَلَى الَّذِينَ يَظْلِمُونَ النَّاسَ وَيَبْغُونَ فِي الْأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ أُولَٰئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

Terjemahan:

Sesungguhnya dosa itu atas orang-orang yang berbuat zalim kepada manusia dan melampaui batas di muka bumi tanpa Hak. mereka itu mendapat azab yang pedih.⁵²

Kezaliman pada hakikatnya membawa akibat kerugian baik pada diri sendiri maupun pada orang lain. Kezaliman pada semua dinilai oleh al-Qur'an sebagai kezaliman pada Allah.

Setiap praktek bisnis yang mengandung unsur kebatilan, kerusakan, kezaliman baik sedikit maupun banyak, tersembunyi maupun terang-terangan, dapat menimbulkan kerugian secara material maupun immateri baik bagi si pelaku, pihak lain maupun masyarakat, juga dapat menimbulkan ketidak seimbangan dan ketidakadilan, menimbulkan akibat-akibat moral maupun akibat-akibat hukum yang mengikutinya, baik menurut hukum agama maupun hukum positif.⁵³

⁵² Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *Op. Cit.*, h. 789

⁵³ Faisal Badroen, *Op. Cit.*, h. 82

BAB IV

ANALISIS BISNIS WARALABA DALAM EKONOMI ISLAM

A. Bisnis Waralaba dalam Ekonomi

1. Konsep Bisnis Waralaba

Bisnis adalah suatu bentuk kegiatan yang menyediakan barang dan jasa yang diperlukan oleh konsumen.¹ Sedangkan *franchise* atau waralaba dipahami sebagai bentuk kegiatan pemasaran atau distribusi, dimana perusahaan besar memberikan hak atau *privelege* untuk menjalankan bisnis secara tertentu dalam waktu dan tempat tertentu kepada individu atau perusahaan yang relatif lebih kecil.²

Di Indonesia kata “*waralaba*” berasal dari “*wara*” yang berarti lebih (istimewa) dan “*laba*” berarti untung. Jadi waralaba dapat dikatakan sebagai usaha yang memberikan keuntungan lebih atau istimewa.

Menurut *Asosiasi Franchise Indonesia* (AFI) yang dimaksud dengan waralaba ialah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

Sedangkan menurut versi pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual atau Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau penemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak

¹Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis Dan Studi Kasus* (Cet. 1; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 1

²Moch Basarah dan H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2008), h. 33

lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang maupun jasa.

Dari berbagai macam definisi diatas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa seorang penerima waralaba juga menjalankan usahanya sendiri dengan mempergunakan merek dagang atau merek jasa, serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.

Waralaba adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri mengenai bisnis di bidang perdagangan atau jasa, berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, merek, bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan operasional.³

Bisnis dengan sistem *franchise* pada dasarnya merupakan metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Pemilik metode dinamakan dengan *franchisor* sedangkan pihak yang diberi hak untuk menggunakan metode tersebut dinamakan dengan *franchisee*. Dengan perkataan lain, pihak *franchisee* diberi hak dan wewenang untuk menggunakan kumpulan produk, merek dagang dan sistem bisnis yang diciptakan oleh *franchisor*.⁴

Waralaba bila dikaitkan dengan sistem Islam, yang berpedoman pada al-Qur'an dan hadits, dapat dilihat pada penjelasan ayat dan hadist berikut:

Pertama pada QS. Al-Maa-idah (5) ayat 3:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ

Terjemahan:

³Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, (Cet. I; Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), h. 10

⁴Moch Basarah dan H.M. Faiz Mufidin, *Op. Cit.*, h. 2

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa.⁵

Tafsir al-misbah mengungkapkan bahwa pada potongan ayat tersebut di atas hanya merupakan prinsip dasar dalam menjalin kerjasama dengan siapa pun, selama tujuannya adalah kebajikan dan ketakwaan.⁶ Penulis tidak dapat memjumpai ayat-ayat yang berkaitan langsung dengan waralaba. Namun dalam Islam waralaba seringkali dikaitkan dengan *syirkah*, yakni kerjasama bisnis dalam Islam. Sedangkan waralaba tidak dikenal pada masa Rasulullah dan waralaba lahir di Amerika kemudian masuk di Indonesia mulai tahun 80-90an.

Kerjasama bisnis seperti waralaba adalah bentuk lain dari *syirkah*, namun konsep waralaba berbeda dengan konsep *syirkah*, awalnya waralaba harus memiliki keunikan terlebih dahulu dengan nama yang sudah diakui serta produk yang teruji dan dapat diterima masyarakat. Biasanya waralaba akan ditawarkan kepada calon terwaralaba untuk menerima jaringan bisnis tersebut atau menjadi bagian dari bisnis. Biasanya terwaralaba tidak memiliki pengalaman dalam berbisnis, kemudian mendapat bantuan berkat pengalaman seorang *franchisor*, dan terwaralaba akan membayar suatu biaya awal waralaba kepada pewaralaba, sebagai bagian dari perjanjian bisnis, inilah yang disebut berbagi atau tolong menolong yang diindikasikan pada potongan ayat tersebut di atas.

Islam tidak hanya sekedar membenarkan *syirkah* ini, bahkan akan memberkati pekerjaan tersebut dengan satu pertolongan dari Allah di dunia ini dan pahala kelak di

⁵Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *AL-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: PT Intermasa, 1974), h.157

⁶M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan dan Kesan dan Al-Qur'an* (Vol. 12, Cet. I; Jakarta: Lentera Hati), h. 14

akhirat selama dalam memutarakan roda pekerjaan ini mengikuti jalan yang dihalalkan Allah, tidak dengan riba, ghurur, zalim, dan khianat dengan segala macamnya.⁷

Kedua, ini salah satu hadits yang membolehkan praktek *syirkah* atau kerjasama bisnis dalam Islam.

يَقُولُ اللَّهُ تَعَالَى : أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا .

رواه ابودودوا حاكم

“Allah berfirman, “Aku (Allah) adalah yang ketiga dari dua orang yang bersekutu selama keduanya tidak saling berkhianat. Bila salah satunya berkhianat, maka Aku (Allah) keluar dari keduanya.” (HR. Abu Dawud dan Hakim).⁸

Maksud yang terkandung dari hadits di atas adalah Allah SWT akan menjaga memelihara dan menolong pihak-pihak yang melakukan kerjasama serta menurunkan berkah atas kerjasama yang dijalankannya. Apa saja yang mereka lakukan harus sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati agar tidak terjadi persengketaan diantara masing-masing pihak.

Selain itu perkataan yang terdapat didalam hadits bahwa “keluarnya Allah dari perserikatan keduanya ” yang dimaksud di sini adalah Allah meghilangkan berkah atas kerjasama yang dilakukan oleh orang-orang yang berserikat tersebut jika salah satunya mengkhianati yang lainnya.⁹

⁷Yusuf Qardhawi dan Mu’ammal Hamidy, Halal dan Haram dalam Islam (Ed. Revisi; Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2003), h. 378

⁸Abdullah bin Abdurrahman al-Bassam, *Syarah Buluqhul Maram*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), hlm. 21

⁹ Shalih bin Fauzan bin Abdullah al-Fauzan, *Ringkasan Fikih Lengkap*, (Jakarta: Darul Falah, 2005), hlm. 610

Dari hadist qudsi tersebut dapat dilihat bahwa Allah menunjukkan kecintaan-Nya dengan memberikan pertolongan serta keberkahan kepada hamba yang melakukan perkongsian selama saling menjunjung tinggi amanat kebersamaan dan menjauhi pengkhianatan.

Waralaba didasarkan pada suatu perjanjian yang disebut dengan perjanjian waralaba. Bentuk perjanjian waralaba ini paling tidak melibatkan dua pihak. Pihak pertama disebut pemberi waralaba (*franchisor*) yaitu sebagai pemilik produk, jasa, atau sistem operasi yang khas dengan merek tertentu yang biasanya telah dipatenkan. Pihak kedua yakni penerima waralaba (*franchisee*) sebagai perorangan dan atau pengusaha yang menjalankan usaha dengan menggunakan nama dagang, logo, desain, merek milik pemberi waralaba dengan memberi royalti kepada pemberi waralaba.

Pada dasarnya, perjanjian waralaba merupakan pemberian izin dari penerima waralaba untuk memakai hak atas kekayaan intelektual (HKI) kepada penerima waralaba dengan membayar *royalty* atas pemakaian HKI tersebut atau dapat dikatakan sebagai pemberian lisensi yang meliputi berbagai HKI pemberi waralaba misalnya, nama dagang, logo, desain ataupun paten. Disamping itu, perjanjian waralaba berkaitan pula dengan perjanjian-perjanjian lainnya, misalnya perjanjian hutang-piutang sewa-menyewa dan perjanjian jual beli. Perjanjian waralaba meliputi kiat-kiat bisnis berupa metode-metode dan prosedur, penjualan dan pelayanan yang dilakukan oleh pemberi waralaba dan juga memberikan bantuan dalam periklanan dan promosi serta konsultasi.¹⁰

¹⁰ Moch Basarah dan H.M. Faiz Mufidin, *Op. Cit*, h. 35

Hubungan hukum antara perjanjian waralaba dan penerima waralaba merupakan suatu hubungan timbal balik. Di satu sisi, penerima waralaba memberi bantuan kepada pemberi waralaba dan di sisi lain penerima waralaba memberi keuntungan/*royalty* kepada pemberi waralaba sehingga keduanya saling bekerjasama dalam meningkatkan pemasaran produknya di tengah masyarakat melalui tata cara yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba. “dengan bantuan modal dari penerima waralaba yang juga ikut menanggung resiko, dan mempunyai dedikasi tinggi, maka pertumbuhan perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan ringan”.¹¹ Jadi, keseimbangan hak dan kewajiban antara pemberi waralaba dan penerima waralaba harus diwujudkan di dalam perjanjian waralaba guna memberikan kepastian ataupun perlindungan hukum bagi kedua belah pihak karena perjanjian tersebut apabila dilanggar dapat menimbulkan akibat hukum sesuai dengan kepastian dalam perjanjian waralaba.

Masalah kemudian timbul sehubungan dengan perlindungan terhadap *franchise* karena adanya kekhawatiran akan adanya pemutusan sepihak sebuah kontrak perjanjian (*franchise agreement*) antara pihak *franchisor* dengan pihak *franchise*. Selain masalah tadi, ternyata masih terdapat kekhawatiran bagi pihak *franchise* bahwa pihak *franchisor* akan menolak untuk memperbarui perjanjian dan kemudian mendistribusikan sendiri produknya di wilayah *franchise* lain.

Perkembangan *franchise* yang sangat pesat di Indonesia saat sekarang ini telah menjadi bagian yang tidak dapat dihindarkan dalam praktik bisnis di Indonesia. Hal ini disebabkan bisnis *franchise* tidak saja menguasai perdagangan barang-barang

¹¹Joseph Mansuco dan Donald Boroian, *Pedoman Membeli dan Mengelola Franchise* (Jakarta: PT. Delapratasa 1995), h. 17

konsumen melainkan telah merambah ke perdagangan barang-barang konsumen melainkan telah merambah ke perdagangan jasa, pendidikan dan perhotelan. Seyogyanya suatu perkembangan bisnis juga harus diikuti dengan perkembangan hukum yang mengaturnya, namun di Indonesia bisnis *franchise* ternyata diikuti dengan perkembangan perhatian dari pihak pemerintah, sehingga hal ini menimbulkan banyak masalah dalam kontrak *franchise*. Perlindungan hukum terhadap pihak-pihak yang terikat kontrak *franchise* ini sangatlah penting agar tidak merugikan salah satu pihak yang mengadakan kontrak.

Para ahli ekonomi mengakui bahwa hukum sangat penting sebagai motor penggerak modernisasi masyarakat. Pendapat ini mengandung pengertian bahwa eksistensi hukum sangat diperlukan di dalam kehidupan bermasyarakat di segala bidang. Dengan demikian, eksistensi hukum di bidang ekonomi dan dalam pertumbuhan sektor ekonomi itu merupakan gejala resipkoral atau saling mempengaruhi dan melengkapi.

Perkembangan bidang perekonomian nasional, dalam hal ini pertumbuhan *franchise* yang cukup pesat juga mempunyai konsekuensi yang logis, yaitu semakin terbukanya kesempatan bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan di bidang ekonomi. Kesempatan yang ada tentu saja memerlukan suatu proses, pengaturan, mengarahkan dan membatasi, khususnya kerugian dan masalah pemutusan kontrak secara sepihak, terutama dalam bidang *franchise*.

2. Waralaba dalam Pemasaran Produk

Seperti sebelumnya bahwa waralaba sebagai merupakan metode pendistribusian dan pemasaran, dimana perusahaan besar memberikan hak atau *privelege* untuk menjalankan bisnis secara tertentu dalam waktu dan tempat tertentu

kepada individu atau perusahaan yang relatif lebih kecil. Sehingga konsep melahirkan dua pihak yaitu pewaralaba dan terwaralaba. Sistem ini merupakan suatu kiat untuk memperluas usaha dengan cara menularkan sukses sebagai bentuk motif dasar perusahaan besar. Dengan demikian, dalam sistem ini harus terdapat pelaku bisnis yang diperolehnya tersebut dan akan disebarluaskan kepada pihak lain.

Suatu perusahaan atau pengusaha bisnis yang hendak mengembangkan usahanya dengan sistem waralaba ini, maka ia harus memulai dengan merancang sebuah “*business plan*” yang berisi prospektus bisnis dan personalia pengelola. Disitu juga harus dicantumkan identitas usaha, misalnya Surat Izin Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), juga hak paten merek.¹² Yang tak kalah penting, business plan itu juga harus memuat estimasi pendapatan dan pengeluaran dari bisnis yang digeluti. Setelah itu, dipromosikan business plan tersebut melalui media. Caranya bisa dengan pemasangan iklan atau pengenalan ke media cetak dan elektronik.¹³ Setiap ada tawaran wawancara, diusahakan supaya mengambil kesempatan tersebut. Selanjutnya berikan kemudahan akses bagi para wartawan untuk mendapatkan informasi tentang usaha bisnis yang digeluti.

Adapun jika suatu perusahaan atau usaha bisnis yang ingin mewaralabakan usahanya itu sudah memenuhi syarat-syarat tertentu, syarat-syarat tersebut minimal ada lima syarat yang harus terpenuhi yaitu sebagai berikut:

a. Unik (*unique*)

Usaha tersebut harus unik, artinya memiliki keunggulan-keunggulan atau perbedaan-perbedaan dengan usaha sejenis dan tidak mudah ditiru oleh orang lain.

¹²Budi Agus Riswandi dan M. Syamsuddin, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum* (Cet. I; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 83

¹³Kotler & Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Cet. I; Jakarta: PT. Indeks, 2003), h. 27

b. Terbukti (*proven*)

Usaha tersebut terbukti dan teruji (*track record*), apakah menguntungkan atau tidak? Bagaimana kalau dibandingkan dengan usaha lain? Apakah tersebut dapat bertahan lama dalam masa-masa sulit?

c. Standar (*standard*)

Usaha waralaba tersebut membutuhkan standarisasi semua aspek usaha haruslah distandarisasi supaya penerima waralaba dapat mengoperasikan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (*blue print*). Selain untuk memberikan citra tertentu pada masyarakat, juga dimaksudkan untuk menghindari kemungkinan terjadinya salah satu pengertian terutama di tingkat operasional.

d. Mudah diterapkan (*aplicable*)

Usaha itu harus mudah diaplikasikan atau dioperasikan, disamping itu harus transferable (mudah dijalankan oleh orang lain). Sehingga bagi orang yang tidak berpengalaman mengenai usaha atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat mengoperasikannya.

e. Menguntungkan

Bisnis waralaba adalah yang memberikan orang lain dalam hal ini adalah inverteor atau pemodal. Menguntungkan tersebut dibuktikan dengan diterimanya produk oleh pelanggan (*costumer*)¹⁴

Hubungan kerjasama antara *franchisor* dan *franchisee* merupakan aspek yang sangat kritikal dalam waralaba. Sukses keduanya tergantung kepada sinergi dari hubungan kedua belah pihak tersebut. Bisnis waralaba mengandalkan pada kemampuan kemitraan usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan

¹⁴ Adrian Sutedi, *Op. Cit.*, h. 54

usaha waralaba melalui tata cara, proses serta suatu “*code of conduct*” dan sistem yang telah ditentukan oleh perusahaan pemberi waralaba.

Ada beberapa kriteria, ketika telah memutuskan bahwa waralaba adalah pilihan bisnis yang tepat, salah satu keputusan pertama yang diambil adalah mengidentifikasi konsep usaha dan *franchisor* tepat bagi *franchisee*.

Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan adalah:

- Jenis pekerjaan
- Pelatihan atau pendidikan khusus
- Jumlah karyawan
- Persyaratan inventory
- Kerentanan terhadap fluktuasi ekonomi
- Syarat modal untuk memulai usaha waralaba
- Tingkat pertumbuhan
- Tingkat keuntungan dan kondisi keuangan

Pada awalnya waralaba dimulai dari keberhasilan usaha dari pemilik merek atau *franchisor*. Melalui format bisnis waralaba, *franchisor* akan menularkan keberhasilan usahanya misalnya restoran siap hidang dengan ciri tersendiri kepada *franchisee*. *Franchisor* sebelumnya telah melakukan dan membuat satu formulasi standar untuk sukses sesuai dengan pengalamannya. Secara sederhana sama halnya seperti seorang penjahit yang membuat pola untuk menghasilkan pakaian sejenis. Proses ini dilakukan melalui riset dan pengembangan konsep, promosi, aktivitas pemasaran, serta membangun suatu reputasi yang baik dan citra yang dikenal. Setelah berhasil menguji konsep tersebut bisa berjalan dan bisa di reproduksi di lebih satu lokasi, *franchisor* kemudian menawarkan waralaba tersebut kepada calon *franchisee*.

Selanjutnya, seorang individu (atau kemitraan perusahaan) melihat peluang yang ditawarkan *franchisor* diatas dan setelah mengevaluasinya, memutuskan bahwa waralaba ini menguntungkan. Ia kemudian membeli waralaba dari perusahaan tersebut dengan membayar sejumlah biaya yang dikenal sebagai *initial fee* atau *franchise fee*. Sebagai imbalannya ia menerima hak untuk berdagang dibawah nama dan sistem yang sama, pelatihan, serta berbagai keuntungan lainnya. Sama halnya dengan memulai bisnis secara mandiri, *franchisee* bertanggung jawab untuk semua biaya yang muncul guna memulai usaganya ini. Perbedaannya adalah kemungkinan untuk mengeluarkan uang lebih rendah karena kekuatan jaringan yang dimiliki oleh *franchisor*. Bila *franchisee* telah membuka restorannya secara teratur ia kemudian wajib membayar *royalty*, yaitu sejumlah persentase dari penjualannya kepada *franchisor* sebagai biaya mingguan, bulanan atau tahunan. Biaya ini adalah untuk layanan penunjang yang terus diberikan oleh *franchisor*. Saling kebergantungan antara pendapatan *franchisee*, dan pendapatan *franchisor* yang didapat dari *royalty* merupakan faktor yang menjamin waralaba menjadi suatu sistem yang efektif, karena setiap pihak ingin pihak lain berhasil. Kegagalan atas satu pihak berarti kesulitan bagi pihak lainnya.

3. Peranan Bisnis Waralaba dalam Dunia Usaha

Dalam era globalisasi dewasa ini, pertumbuhan ekonomi terasa semakin meningkat dan kompleks, termasuk pula didalamnya mengenai bentuk kerjasama bisnis tidak hanya lokal namun juga secara multilateral. Waralaba misalnya yang ditandai dengan semakin meningkatnya usaha-usaha asing di Indonesia sebagai dampak era globalisasi tersebut.

Berbagai jenis usaha yang ada di Indonesia sangat potensial untuk diwaralabakan, mengingat pasar dalam negeri yang begitu besar dan masih belum digarap secara optimal.¹⁵ Di samping itu, usaha waralaba menjanjikan keuntungan yang sangat besar, baik untuk ekspansi pasar maupun dalam rangka efisiensi, untuk itu adalah sangat beralasan apabila usaha waralaba lokal dapat dikembangkan secara luas dan lebih intensif, mengingat pengembangan waralaba lokal dapat menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha, serta diharapkan dapat mengurangi pertumbuhan waralaba asing sehingga dapat menghemat devisa negara.

Usaha kecil kadang kala dapat tumbuh melalui suatu kinerja yang dikenal sebagai *franchise* (waralaba) ini. Dalam pengaturannya perusahaan yang berhasil memberi wewenang kepada seseorang atau sekelompok kecil usahawan untuk menggunakan namanya dan produknya dengan pertukaran sejumlah persentase keuntungan hasil penjualannya.

Perusahaan pendiri meminjamkan ahli-ahli penjualan dan reputasinya, sedangkan usahawan yang menerima bantuan waralaba ini mengusahakan outletnya secara individu, dan menanggung urusan keuangan dan resiko saat melakukan ekspansi, walaupun memasuki usaha waralaba agak lebih mahal di banding memulai usaha sejak dari awal, biaya operasional waralaba lebih kecil dan kemungkinan gagal juga lebih kecil. Hal ini sebagian karena keuntungan skala ekonomi yang diperoleh waralaba, dalam periklanan, distribusi dan pelatihan.

Waralaba dapat menjadi alternatif pilihan. Karena melalui bisnis waralaba usaha kecil menengah akan mendapatkan:

- 1) Transfer manajemen

¹⁵<http://wikipedia.waralaba.html>.

- 2) Kepastian pasar
- 3) Promosi
- 4) Pasokan bahan baku
- 5) Pengawasan mutu
- 6) Pengenalan dan pengetahuan tentang lokasi bisnis
- 7) Pengembangan kemampuan sumber daya manusia, dan yang paling

terpenting adalah resiko dalam berbisnis waralaba sangat kecil data empiris menunjukkan bahwa resiko bisnis waralaba kurang dari 8%.

Waralaba adalah bentuk kerjasama dimana pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan izin atau hak kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk menggunakan hak intelektualnya seperti nama, merek dagang, produk atau jasa, sistem operasi usahanya dalam jangka waktu tertentu. Sebagai timbal balik, penerima waralaba (*franchisee*) membayar suatu jumlah tertentu serta mengikuti sistem yang ditetapkan *franchisor*.

Waralaba merupakan sistem keterkaitan usaha vertikal antara pemilik paten yang menciptakan paket teknologi bisnis (*franchisor*) dengan penerima hak pengelolaan operasional bisnis (*franchisee*). Jadi sesungguhnya waralaba dapat dikatakan sebagai teknik menjalin “sukses” dari usaha yang sudah berhasil.

Waralaba juga merupakan prosek bisnis bagi usaha kecil menengah karena sudah terbukti dapat meningkatkan akses pasar usaha kecil menengah, mensinergikan perkembangan usaha besar dengan usaha kecil menengah melalui kemitraan, serta mempercepat mengatasi persoalan kesenjangan kesempatan berusaha antara golongan ekonomi kuat yang sudah mempunyai jejaring dengan golongan ekonomi lemah, sistem ini juga mempercepat pemanfaatan produk dan jasa untuk didistribusikan ke

daerah-daerah, karena sistem ini memungkinkan partisipasi dari sumberdaya daerah terlibat hingga ketingkat kecamatan, bahkan sampai ke pedesaan. Oleh karena itu, pertanyaan yang masih perlu dicarikan jawabannya kedepan adalah pertama, bagaimana upaya mendorong pengusaha usaha kecil menengah untuk ambil bagian dalam bisnis waralaba berteknologi maju tersebut sehingga mereka bisa lebih terberdayakan, yang pada gilirannya diharapkan mampu mengembangkan dirinya secara berkelanjutan, kedua, sejalan dengan itu bagaimana upaya membangun dan menumbuh-kembangkan sistem waralaba yang asli hasil inovasi teknologi dalam negeri agar baik multiplier pendapatan maupun tenaga kerja seluruhnya dapat dinikmati oleh masyarakat banyak.

Harus diingat untuk menghindari hal-hal yang merugikan dalam kegiatan bisnis waralaba adalah kejelian memilih waralaba serta berprinsip kehati-hatian juga harus dijaga. Perjanjian yang akan dibuat hendaknya benar-benar dipahami oleh para pihak agar dikemudian hari tidak terjadi sengketa yang berujung pada gugatan wanprestasi salah satu pihak.

B. Waralaba Menurut Hukum Ekonomi Islam

1. Tinjauan dalam aspek hak cipta

Unsur yang terpenting dalam *franchise* adalah masalah hak cipta. Hak cipta dalam *franchise* meliputi logo, merek, buku petunjuk pengoperasian bisnis, brosur atau pamphlet serta arsitektur tertentu yang berciri khas dari usahanya. Adapun imbalan dari penggunaan hak cipta ini adalah pembayaran *fee* awal dari *franchisor* kepada *franchisee*.¹⁶

¹⁶Darmawan Budi Suseno, *Waralaba; Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba* (Yogyakarta: Pilar Humania, 2005), h. 84

Karya cipta merupakan kemaslahatan umum yang hakiki. Oleh sebab itu, hak para penciptanya perlu dilindungi dengan undang-undang dalam rangka menjaga hak dan kepentingannya demi menegakkan keadilan di tengah masyarakat. Penalaran ini sesuai dengan jiwa dan tujuan syari'ah untuk mengambil maslahat dan menolak mudharat.¹⁷

Jika terjadi pelanggaran terhadap hak tersebut, *franchisor* berhak untuk mengajukan gugatan untuk mendapatkan ganti rugi dan penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut setidaknya harus menghindari unsure di bawah ini:

- 1) Bertentangan dengan undang-undang, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum.
- 2) Tidak memiliki daya pembeda.
- 3) Tidak menjadi milik umum.
- 4) Merupakan sesuatu yang berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.¹⁸

Dalam kajian fiqih, merek dapat dimasukkan dalam haq ibtikar, yang berarti awal/permulaan, maksudnya hak cipta/kreasi yang dihasilkan oleh seseorang untuk pertama kali. Atau boleh berbentuk sesuatu penemuan sebagai perpanjangan dari teori ilmuwan sebelumnya.¹⁹ Hak cipta memiliki watak tersendiri, merupakan buah dari hasil karya otak manusia. Menurut ulama fiqih, Al-Azz bin Abdussalam, apabila dilihat dari sisi materialnya, ibtikar lebih serupa dengan manfaat hasil suatu materi,

¹⁷*Ibid.*, h. 88

¹⁸Budi Agus Raswadi & M. Syamsuddin, *Op. Cit.*, h. 85

¹⁹Nasrun Haroen. *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), h. 38-39

seperti buah-buahan dari pohon, susu hewan perahan. Ia berkomentar tentang pentingnya suatu manfaat, seraya berkata: “Tujuan utama dari suatu harta adalah manfaatnya”.²⁰

MUI mengeluarkan fatwa khusus berkaitan dengan perlindungan HKI, yaitu fatwa MUI No. 1 Tahun 2003 tentang Hak Cipta.²¹ Pendapat MUI menggolongkan Hak Cipta sebagai barang berharga yang boleh dimanfaatkan secara syara’ (hukum Islam). Dengan landasan:

“Mayoritas ulama dari kalangan mazhab Maliki, Syafi’i, dan Hambali berpendapat bahwa hak cipta atas ciptaan yang orisinil dan manfaat tergolong harta berharga, sebagaimana benda jika boleh dimanfaatkan secara syara’ (hukum Islam)”.²²

Berdasarkan fatwa tersebut dapat disimpulkan bahwa Hak Cipta dapat dimanfaatkan dan digolongkan sebagai benda berharga, karena itu diperbolehkan bagi pihak yang mempunyai hak cipta tersebut mengambil imbalan atas hak cipta nya yang dimanfaatkan oleh pihak lain dengan persetujuannya.

2. Tinjauan dalam aspek kemitraan usaha

Dalam sistem *franchise*, terdapat hubungan kemitraan usaha antara *franchisor* dan *franchisee* yang dituangkan dalam kerjasama diantara keduanya. Kerjasama dalam konsep Islam sangat dianjurkan, dengan adanya kerjasama maka seseorang yang memiliki kemampuan dalam berbisnis dapat membantu saudaranya yang tidak

²⁰ Izzuddin ibn Abs as-Salam, *Qawald al-Ahkam fi Mashalih al-Anam* (Jilid II; Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, tth), h. 17

²¹ Fatwa MUI tentang *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, <http://www.mui.or.id>, diakses pada 12 April 2013

²² Fathi al-Durani, *Haqq al-Ibtikar fi al-Fiqh al-Islam al-Muqaran* (Beirut: Mu’assasah al-Risalah, 1984), h. 20

memiliki kemampuan dalam berbisnis. Dengan konsep kerjasama ini, maka akan tercipta insane-insan yang produktif, dapat memberikan kesempatan kerja pada siapapun, hingga pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dalam perjanjian kerjasama antara *franchisor* dan *franchisee*, suatu *franchise* dimana suatu pihak, salah satunya disebutkan bahwa *franchisee* berhak memakai manfaat dari suatu merek dan intelektual lainnya, dan *franchisor* berhak atas imbalan dengan waktu tertentu (jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan). Maka konsep ini termasuk dalam bentuk kemitraan usaha yang berdasarkan akad sewa menyewa, yang dalam fiqih mu'amalat disebut "Ijarah". Atau lebih tepatnya "pemilikan manfaat sesuatu yang dibolehkan dalam jangka waktu tertentu dengan waktu tertentu dengan suatu imbalan".²³

Kesamaannya dengan bisnis *franchise* adalah adanya pembatasan waktu yang diberikan *franchisor* dalam penggunaan hak tersebut dalam waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan. Objek yang disewakan merupakan sesuatu yang dimanfaatkan dan halal oleh para *franchisee* yaitu merek, dan karena ada imbalan yang diterima *franchisor* atas pemanfaatan hak tersebut yaitu *franchise fee* dan *royalty* dari pendapatan bersih yang diperoleh *franchisee*.

Adapun dasar hukum kebolehan mengadakan akad ini dapat disandarkan pada sabda Nabi saw:

²³ Nasrun Haroen, *Op. Cit.*, h. 229

كُنْ نُكْرِيَ الْأَرْضَ بِمَا عَلَى السَّوْأَةِ مِنْ أَرْزَعٍ وَمَا سَعِدَ بِالْمَاعِ مِنْهَا، فَهَذَا رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ عَنْ ذَلِكَ وَأَمَرَ أَنْ يُرِيمَ ابْدَهَبِ أَوْ فِضَّةٍ (رواه أبو داود وأبو داود عن سعد بن أبي وقص)

Artinya:

Kami pernah mengenakan tanah dengan (bayaran) hasil pertaniannya, Rasulullah melarang kami melakukan hal tersebut dan memerintahkan agar kami menyewakannya dengan emas dan perak”. (HR. Abu Daud dai Sa’d bin Abi Waqqash).²⁴

Dan untuk syarat sahnya ijarah diperlukan syarat sebagai berikut:

- Kedua orang yang berakad telah baliqh dan berakal.
- Kerelaan kedua belah pihak yang melakukan akad (transaksi)
- Mengetahui manfaat dengan sempurna barang (jasa) yang diakadkan sehingga mencegah terjadinya perselisihan.
- Hendaknya barang yang menjadi objek akad dapat dimanfaatkan kegunaannya menurut kriteria, realita, dan syara’.
- Dapat diserahkan sesuatu yang disewakan berikut kegunaan atau manfaatnya.
- Manfaatnya bukanlah sesuatu yang diharamkan tetapi mubah.
- Imbalannya harus berbentuk harta yang mempunyai nilai jelas yang diketahui.²⁵

Dari semua syarat sahnya ijarah diatas, menurut penyusun tidak ada yang bertentangan dengan prakek bisnis *franchise*, akan tetapi mengenai syarat nomor 4 (empat) yaitu objek akad yang dapat diserahkan, bahwa kekayaan intelektual tersebut

²⁴ M. Hasbi ash-Shidiqi, *Koleksi Hadist-Hadist Hukum* (Cet. III, Jilid. II: Semarang, PT. Pustaka Rizki Putra, 2001), h. 216

²⁵ Nasrun Haroen, *Op.Cit.*, h. 232-235

meskipun bersifat immaterial telah menjadi milik *franchisor* selama jangka waktu perjanjian kerjasama yang memiliki mutu, konsep, dan keunikan tersendiri, yang telah dibakukan secara tertulis. Sehingga *franchisee* mudah untuk memahami dan mempelajari standar operasi dengan baik dan benar sesuai yang diharapkan *franchisor*.

3. Tinjauan dalam aspek bagi hasil (*royalty fee*)

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, merek (kekayaan intelektual) merupakan suatu harta ternilai yang bermanfaat, oleh karena itu dapat dinilai dengan uang. Maka diperbolehkan bagi *franchisor* untuk memberikan haknya kepada orang lain dengan mengharap imbalan yaitu berupa *franchise fee* dan *royalty*. Hal ini didukung oleh para ulama fiqih yang menyatakan bahwa sesuatu yang dapat bermanfaat yang halal boleh diambil oleh karenanya boleh bagi pemilik mengambil imbalan.²⁶

Kebolehan tersebut diberikan *franchisor* kepada *franchisee* harus membayar *franchise fee* dan *royalty* serta menjaga amanat supaya hak kekayaan intelektual yang telah diberikan tidak membawa dampak buruk bagi pemiliknya.

Dua hal yang menjadi pertimbangan dalam beraktivitas ekonomi secara Islami, diantaranya kerelaan dan keadilan yang telah dijalankan dalam franchising. Hal ini sesuai dengan dasar utama dalam bermuamalah, yaitu sukarela atau kerelaan. Kerelaan ini sesuai dengan firman Allah SWT:

²⁶ Izzuddin, *Op. Cit.*, h. 17

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu... (Q.S. An-Nisaa (4): 29).²⁷

Sedangkan dasar yang lain adalah keadilan inilah yang menjadi tujuan utama, sehingga tercapai kebahagiaan dunia akhirat. Namun setiap individu bebas dalam membuat perjanjian yang belum ada ketentuannya dalam syariah, termasuk didalamnya kebebasan menentukan besarnya *royalty fee*, namun ada syarat yang membatasi yaitu selama tidak bertentangan dengan hakekat perjanjian itu sendiri, sebagaimana yang diriwayatkan dari ‘Amr bin Auf bahwa Rasulullah saw. bersabda:

الصُّلْحُ جَاءَ زُبَيْنَ الْمُسْلِمِينَ الْأَصْلَحَ حَرَّمَ حَلَالًا وَأَحَلَّ حَرَامًا، وَالْمُسْلِمُونَ شُرُوطِهِمْ

الْأَشْرَطَ حَرَّمَ حَلَالًا وَأَحَلَّ حَرَامًا (رواه الترمذى عمرو بن عوف)

Artinya:

Perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin, kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”. (HR. Tirmidzi dari Amr bin Auf).²⁸

Berdasarkan dalil-dalil diatas ketentuan besarnya *royalty* merupakan kesepakatan antara kedua belah pihak yang tertuang dalam perjanjian waralaba dan sah diberlakukan selama telah terdapat kesepakatan dan kerelaan mengenai besarnya

²⁷ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *Op. Cit.*, h. 122

²⁸ Muhammad bin Islamil al-Kahlani, *Sabul as-Salam* (Juz III; Bandung: Maktabah Dahlan, t.th), h. 59

royalty fee yang harus dibayarkan pada saat akad, serta tidak bertentangan dengan syara' dan tidak pula bertentangan dengan hakekat perjanjian itu sendiri.

C. Praktek Waralaba dalam Perspektif Islam

Syirkah dan waralaba merupakan dua buah sistem kerjasama yang unik. Pada satu sisi, keduanya merupakan sistem kerjasama yang memiliki dasar atau landasan hukum yang berbeda. Akan tetapi di sisi lain, tata cara pelaksanaan keduanya secara garis besar memiliki kesamaan. Persamaan yang terdapat dalam dua sistem tersebut (*syirkah* dan waralaba) antara lain adalah adanya pihak yang berserikat (bekerjasama), adanya barang (dalam bentuk uang atau yang lain) yang telah disepakati sebagai objek dari kerjasama, serta adanya perjanjian (akad) kerjasama yang tertulis dengan aturan-aturan yang disesuaikan dengan sistem kerjasama dan disepakati oleh seluruh pihak yang bekerjasama.

Meski memiliki perbedaan mendasar dasar atau landasan hukum (*syirkah* berlandaskan Islam dan waralaba berlandaskan pada hukum ekonomi barat; duniawi semata),

Pada konsep aplikasi atau prakteknya, bila diperhatikan dari sudut bentuk perjanjian yang diadakan waralaba (*franchising*) dapat dikemukakan bahwa perjanjian itu sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama (*syirkah*). Hal ini disebabkan karena dengan adanya perjanjian *franchising*, maka secara otomatis antara *franchisor* dan *franchisee* terbentuk hubungan kerjasama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian). Kerjasama tersebut dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan bagi kedua belah pihak. Dalam waralaba diterapkan prinsip

keterbukaan dan kehati-hatian, hal ini sesuai dengan prinsip transaksi dalam Islam yaitu prinsip-prinsip dasar transaksi bisnis Islam.²⁹

Konsep kerjasama pada waralaba ada kaitannya dengan *syirkah uqud* (akad), yaitu kerjasama antara dua orang atau lebih dalam usaha untuk mendapatkan hasil yang dapat dinikmati bersama. Syirkah uqud atau kerjasama dalam perdagangan, memiliki lima jenis yaitu:

- 1) Terdiri dari dua atau beberapa pihak yang berserikat dalam modal dan tenaga, ini disebut *syirkah inan*.
- 2) Berserikat dalam sebuah transaksi dimana salah satu pihak dengan harta atau modal dan pihak lain dengan tenaga, inilah yang disebut *syirkah mudharabah*.
- 3) Berserikat dalam sebuah transaksi dimana semua pihak tidak memiliki modal tetapi mereka bisa mengadakan barang dengan modal kepercayaan, kedudukan dan semisalnya, ini disebut *syirkah wujuh*.
- 4) Berserikat dalam usaha dengan badan atau tenaga mereka dalam sebuah bisnis dan mereka berbagi keuntungan yang didapat, ini disebut *syirkah abdan*
- 5) Terakhir *syirkah mufawadhah*, dimana salah satu orang yang berserikat mendelegasikan semua pengelolaan uang dan aktivitas jual beli, menjual, membeli, mengadakan pinjaman, menugaskan seseorang, menggadaikan perjalanan dagang dan lainnya kepada teman sekutunya, masalah keuntungan dan kerugian dibagi sesuai dengan kesepakatan.

²⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Cet. 1; Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), h. 34

Khusus *syirkah mudharabah*, yaitu kemitraan (persekutuan) antara tenaga dan harta, seorang (*supplier*) memberikan hartanya kepada pihak lain (pengelola) yang digunakan untuk bisnis, dengan ketentuan bahwa keuntungan (laba) yang diperoleh akan dibagi menurut kesepakatan kedua belah pihak.³⁰ Dasarnya bentuk *mudharabah* adalah peminjaman uang untuk keperluan bisnis.

Syirkah mudharabah ini dibagi menjadi dua bentuk, yaitu *mudharabah mutlaqah* dalam hal ini pemodal memberikan hartanya kepada pelaksana untuk dimudharabahkan dengan tidak menentukan jenis kerja, tempat, dan waktu. Sedangkan *mudharabah muqayyadah* (terikat suatu syarat).

Perjanjian waralaba adalah perjanjian formal. Hal tersebut dikarenakan perjanjian waralaba memang diisyaratkan untuk dibuat secara tertulis. Hal ini diperlukan sebagai bentuk perlindungan bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba. Hal ini sesuai dengan asas tertulis (*kitabah*) yang terdapat dalam Q.S. Al Baqarah (2) 282:

Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.³¹

Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha ataupun waralaba

³⁰ Rasyid, H. Sulaiman, *Fiqih Islam* (Cet. III, Jakarta: Sinar Baru Algen Sindo, 2002), h. 36

³¹ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *Op. Cit.*, h. 70

diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Hal ini sesuai dengan asas penghargaan terhadap kerja dalam asas hukum perdata Islam.

Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa sistem waralaba (*franchising*) ini tidak bertentangan dengan syariah Islam. selama objek perjanjian waralaba tersebut tidak merupakan hal yang minuman yang haram, maka perjanjian tersebut otomatis batal menurut hukum Islam dikarenakan bertentangan dengan syariat Islam. bisnis waralaba ini pun mempunyai manfaat yang cukup berperan dalam meningkatkan pengembangan usaha kecil. Dari segi kemaslahatan usaha waralaba ini juga bernilai positif sehingga dapat dibenarkan menurut hukum Islam.

Terdapat beberapa indikasi di atas yang menyatakan bahwa secara garis besar sistem transaksi franchising ini diperbolehkan oleh hukum Islam, pada dasarnya, sistem *franchise* (waralaba) merupakan sistem yang baik untuk belajar bagi *franchisee*, jika suatu saat berhasil melepaskan diri dari *franchisor* karena biaya yang dibayar cukup mahal dan selanjutnya dapat mendirikan usaha sendiri atau bahkan membangun *franchise* baru yang Islami.

Dalam proses bertransaksi dengan persetujuan antara kedua belah pihak, sering kali ada konflik, untuk menghindari ini, Nabi telah meletakkan dasar, bagaimana transaksi seharusnya terjadi. Ibnu Umar meriwayatkan dari rasulullah, kedua kelompok didalam transaksi perdagangan memiliki hak untuk membatalkannya hanya sejauh mereka belum berpisah, kecuali transaksi itu menyulitkan kelompok itu untuk membatalkannya..³²

³² Hamid, M. Lutfi, *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah* (Cet. I; Jakarta: Penerbit Senayan Abadi Publishing, 2003), h. 326

Untuk menciptakan sistem bisnis waralaba yang Islam, diperlukan sistem nilai syari'ah sebagai filter moral bisnis bertujuan untuk menghindari berbagai penyimpangan moral bisnis, filter tersebut adalah dengan komitmen menjauhi tujuh pantangan maghrib (barat), yakni:

1. Maisir, yaitu segala bentuk spekulasi judi (*gambling*) yang mematikan sektoril dan tidak produktif.
2. Asusila, yaitu praktek usaha yang melanggar kesusilaan dan norma sosial.
3. Gharar, yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas sehingga berpotensi merugikan orang salah satu pihak.³³
4. Haram, yaitu segala transaksi dan proyek usaha yang diharamkan syari'ah.
5. Riba, yaitu segala bentuk distorsi mata uang menjadi komoditas dengan mengenakan tambahan (bunga) pada transaksi kredit atau pinjaman dan pertukaran atau barter lebih antara barang ribawi sejenis.³⁴
6. Ikhtikar, yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan harga.
7. Berbahaya, yaitu segala bentuk transaksi dan usaha yang membahayakan Individu maupun masyarakat serta bertentangan dengan kemaslahatan.

Salah satu bisnis yang bertaraf *franchise* (waralaba) ini tergolong sebagai jenis usaha musyarakah (*syirkah/syarakah*), yaitu antara dua orang dalam mengelola sebuah produk, dimana pemilik antara dua orang dalam mengelola sebuah produk, dimana pemilik asli dari produk itu disebut *franchisor* dan pihak kedua disebut *franchisee*.

³³ Muhammad, *Op. Cit.*, h. 33

³⁴ Rasyid, H. Sulaiman, *Op. Cit.*, h. 290

Allah akan menolong kemajuan perserikatan selama orang yang berserikat itu iklas. Tetapi apabila timbul pengkhianatan diantara mereka, maka Allah swt, akan mencabut kemajuan perserikatan mereka.³⁵

Pada dasarnya konsep bisnis waralaba ini dirancang guna memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam menjalin kemitraan bisnis yang saling melindungi dan menguntungkan. Dalam melakukan pengembangan kemitraan usaha baik dengan motif mencari keuntungan maupun motif sosial, perlu melakukan hubungan yang bersifat kemitraan. Dalam hubungan tersebut prinsip berdiri sejajar dan saling menghargai antar lembaga sangatlah perlu, dengan prinsip ini hendaknya tidak ada suatu perasaan rendah atau tinggi dengan nilai kerja kita. Dengan demikian, terlepas dari misi sosial, aspek bisnis waralaba menjadi pertimbangan kondisi masyarakat saat ini.³⁶

Konsep usaha waralaba ini didalamnya terkandung ajaran berupa silaturahmi. Kita tahu, aktivitas silaturahmi dalam ajaran Islam disebutkan sebagai aktivitas yang akan mendatangkan rahmat Allah yang tidak terkira.

Oleh karenanya, Islam telah lebih dahulu memberikan kunci bagi mereka yang ingin dipanjangkan usianya dan dibanyakan rizikinya, yaitu dengan cara menyambung persaudaraan. Salah satu bentuk persaudaraan dalam dunia bisnis adalah dengan membangun jaringan bisnis secara Islami. Dalam membangun suatu bisnis maka yang penting bagi kita adalah tidak keluar dari prinsip ekonomi Islam.

³⁵ H. Sulaiman Rasyid, *Op. Cit.*, h. 297

³⁶ Priyono Tjiptoherinjanto, *Prospek Perekonomian Indonesia dalam Rangka Globalisasi* (Jakarta: 1997), h. 30

Dalam ajaran ekonomi Islam disebutkan bahwa kekayaan merupakan amanah dari Allah dan tidak dapat dimiliki secara mutlak.³⁷ Manusia diberikan kebebasan untuk bermuamalah selama tidak melanggar ketentuan syariah, manusia merupakan khalifah dan pemakmur di muka bumi, penghapusan praktek riba; dan penolakan terhadap monopoli. Selain itu, dalam melakukan bisnis, bagi umat Islam harus mengindahkan etika bisnis yang berupa jujur, amanah, adil, professional (ihsan), saling bekerjasama (*ta'awun*), sabar, dan tabah. Oleh sebab itu, dalam membangun bisnis waralaba pun kita harus selalu berprinsip pada ekonomi Islam dan menjaganya dengan menerapkan etika bisnis secara Islami.³⁸ Dengan demikian, maka akan terlahir usaha untuk mempertimbangkan secara bijaksana dan cermat dalam menumbuhkan dan membangun jaringan bisnis waralaba.



³⁷ Masyhuri, *Teori Ekonomi Islam* (Cet. I; Yogyakarta: Kerasi Kencana, 2005), h. 53

³⁸ Muhammad, *Op. Cit.*, h. 69

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Deskripsi Waralaba dalam Ekonomi

Waralaba atau *franchise* adalah beberapa dari sekian metode dalam berbisnis, metode ini suatu bentuk sinergi usaha yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang sudah memiliki kinerja unggul karena didukung sumber daya berbasis pengetahuan dan orientasi kewirausahaan yang cukup tinggi dengan tata kelola yang baik, dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain dengan melakukan hubungan kontraktual. Untuk menjalankan bisnis dibawah formatnya dengan imbalan yang disepakati.

Dalam ekonomi waralaba sebagai bisnis yang prospektif serta memiliki kontribusi, dimana sebagai bentuk pemasaran dapat mengurangi angka pengangguran serta menciptakan masyarakat yang berkualitas, karena waralaba membuka kesempatan kerja yang besar terhadap pihak kedua yang akan dilibatkan yakni terwaralaba, namun untuk menghindari hal-hal tertentu misalnya kecurangan salah satu pihak, maka hukum dianggap sangat perlu lalu kemudian lahirnya hukum perjanjian atau hukum waralaba, untuk melindungi pihak-pihak yang terikat.

2. Praktek Waralaba dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam

Waralaba mengandung tiga aspek hukum ekonomi Islam, yaitu aspek hak cipta, aspek kemitraan usaha, dan aspek bagi bagi hasil. Hak cipta adalah milik *franchisor*, kemitraan usaha adalah hubungan atau kerjasama antara para pihak yakni *franchisor* dengan *franchisee*, kemudian bagi hasil yaitu pembagian keuntungan dari hasil penjualan produk, biasanya disebut *royalty fee*, dibayarkan oleh pihak *franchisee*.

Konsep *franchise* memiliki kesamaan dengan *syirkah*, yang mana *franchisee* mengeluarkan modal untuk operasional usahanya, sedangkan *franchisor* memberikan hak patennya berupa hasil penelitian dan suplay barang atau produk yang diwaralabakan. Maka keadaan ini dapat dikategorikan *syirkah Inan*. Dikarenakan keduanya mengeluarkan modal dan tenaga, akan tetapi bila jenis waralaba hanya berupa pemberian merek dagang atau lisensi, pelatihan standar mutu produk dan manajemen operasional, adapun biayanya murni ditanggung *franchisee* maka ini bisa disebut *Mudharabah*, karena *franchisor* akan menerima *royalty* dari tenaga atau biasa disebut HKI (Hak Kekayaan Intelektual).

Untuk menciptakan Praktek bisnis waralaba yang Islami, diperlukan sistem nilai syariah sebagai filter moral bisnis yang bertujuan untuk menghindari berbagai penyimpangan bisnis. Berbisnis melalui waralaba adalah suatu jalan yang baik untuk dicoba, karena metode ini selain membawa keuntungan bagi para pihak, juga tidak bertentangan dengan nilai Islamnya. Dan bermanfaat terhadap kepada orang banyak

B. Saran

1. Penulis menyarankan bagi pelaku bisnis waralaba, khususnya agar dalam menjalankan usahanya sesuai dengan aturan dan tuntunan yang telah digariskan oleh syari'ah dan selalu berpegang teguh pada prinsip mu'amalah yaitu prinsip keadilan dan kejujuran dalam berbisnis untuk mencari ridho Allah semata.
2. Bagi para praktisi dan akademisi ekonomi Islam hendaknya berperan aktif dalam pelaksanaan dan pengawasan dalam praktek bisnis syari'ah yang ada di tengah masyarakat, agar bisnis yang dijalankan sesuai dengan rambu-rambu dan nilai yang telah ditetapkan dalam syari'ah dan selalu berinovasi dalam

membuat dan membentuk produk-produk bisnis syari'ah yang bisa diambil kemanfaatannya dan untuk memberdayakan umat Islam secara umum.

3. Penulis mengharapkan, dengan adanya karya ini akan menjadi titik awal dan pintu utama bagi penulis atau peneliti selanjutnya untuk mengkaji lebih jauh lagi permasalahan yang ada dalam dunia bisnis waralaba, khususnya dalam mempraktekkannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah bin Abdurrahman al-Bassam, *Syarah Buluqhul Maram*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006)
- Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga Studi Kritis dan Interpretasi Kontemporer tentang Riba dan Bunga* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008)
- Abdurrahman bin Sa'id adl-Dharman, *Fiqh Pekerja* (Jakarta: Pustaka Anisa, 2005)
- Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, (Cet. I; Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008)
- Afzalurrahman, *Doktrin Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995)
- _____, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang* (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1996)
- A.H. Azaruddin Latif, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: UIN Jakarta, 2005)
- Ahmad Mudjab Mahalli dan Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-Hadis Muttafaq Alaih Bagian Munakahat & Mu'amalat*, (Ed. 1; Jakarta: Kencana, 2004)
- Al-Hatbah: *Mawahibul-Jalil* (Beirut: Dar Al Fikr, t. th)
- Al-Kaisani: *Bada'i Ash-Shana'I* (Beirut, Libanon: Dar Al Fikr, t. th)
- Antonio Syafii, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005)
- Ar-Ramli; *Nihayat ul-Mutaj* (Beirut: Dar al-Fikr, t.th)
- Buchari Alma, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*, (Bandung: Alfabeta, 2006)
- Budi Agus Riswandi dan M. Syamsuddin, *Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum* (Cet. I; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003)
- Christopher Pass, Bryan Lowes Leslie Davies, *Kamus Lengkap Ekonomi* (Ed. 2; Jakarta, Erlangga 199)

- Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Arkola, 1994)
- Darmawan Budi Suseno, *Sukses Usaha Waralaba*, (Yogyakarta: Cakrawala, 2007)
- _____, *Waralaba; Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba* (Yogyakarta: Pilar Humania, 2005)
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Ed. 4; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008)
- Doughlas J Queen, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*, (Jakarta: Elex Media Komputido, 1993)
- Eko Endarmoko, *Tesaurus Bahasa Indonesia*, (Cet. I; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006)
- Ekotama Suryono, *Jurus Jitu Memilih Bisnis Franchise*, (Yogyakarta: citra media, 2010)
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Cet. I; Jakarta: Prenada Media Group, 2006)
- Fathi al-Durani, *Haqq al-Ibtikar fi al-Fiqh al-Islam al-Muqaran*, (Beirut: Mu'assasah al-Risalah, 1984)
- Fatwa MUI tentang *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, <http://www.mui.or.id>, diakses pada 12 April 2013
- Gunawan Widjaja, *Waralaba*, (Cet. II; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003)
- H. Ahmad wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Ed. 1, Cet. I; Jakarta: Amzah, 2010)
- Hamid, M. Lutfi, *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah* (Cet. I; Jakarta: Penerbit Senayan Abadi Publishing, 2003)
- Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang menurut Islam. Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi*, (Cet. I; Bandung: cv. Diponegoro, 1984)

Hariyani, Iswi dan Serfianto, *Membangun Gurita Bisnis Franchise*, (Jakarta: PustakaYustusia, 2011)

<http://justitia87.blogspot.com/2009/12/Perjanjian-franchise.html>

<http://gemaisgery.blogspot.com/2010/06/pengertian-kontrak.html>

<http://wikipedia.waralaba.html>.

Ibn Qudamah, *Al-Mughni* (Mesir: Mathaba'ah Al-Imam, t.th)

Ikhwani Hamdani, *Sistem Pasar; Pengawasan Ekonomi (Hisbah) dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Nur Insani, 2003)

Imam Abu Dawud, *Sunan Abi Daud* (Beirut Libanon: Dar al-Fikr, t.th)

Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis Dan Studi Kasus* (Cet. I; Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006)

Izzuddin ibn Abs as-Salam, *Qawald al-Ahkam fi Mashalih al-Anam*, (Jilid II; Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, t.th)

Jusmaliani, dkk., *Bisnis Berbasis Syariah*, (Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara, 2008)

Joseph Mansuco & aDonald Boroian, *Pedoman Membeli dan Mengelola Franchise*, (Jakarta: PT. Delapratasa 1995)

Joseph Mancuso & Donald Boroin, *Peluang Sukses Bisnis Waralaba Bagaimana Membeli & Mengelola Bisnis Waralaba*, (Yogyakarta: Dolphin Books, 2006)

Johanes Ibrahim, *Pengimpasan Pinjaman (Kompensasi) dan Asas Kebebasan Berkontrak dalam Perjanjian Kredit Bank*, (Bandung: CV. Utama, 2003)

Kotler & Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Cet. I; Jakarta: PT. Indeks, 2003)

Lukman Hakim, *Info Lengkap Waralaba*, (Cet. I; Jakarta: PT. Buku Kita, 2008)

Malahayati, *Rahasia Bisnis Rasulullah*, (Yogyakarta: Jogja Great! Publisher, 2010)

- Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, (Bandung: Alumni, 2005)
- _____, KUHPerdata Buku III Hukum Perikatan dengan Penjelasan, (Bandung: Alumni, 1993)
- Martin Mendelsohn, *Franchising: petunjuk Praktis bagi franchisor dan franchisee*, (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Press Indo, 1993)
- Masyhuri, *Teori Ekonomi Islam*, (Cet. I; Yogyakarta: Kerasi Kencana, 2005)
- M. Hasbi ash-Shidiqi, *Koleksi Hadist-Hadist Hukum*, (Cet III, Jilid. II: Semarang, PT. Pustaka Rizki Putra, 2001)
- Miftahul Khairi, *Ensiklopedi Fiqh Muamalah dalam Pandangan 4 Mazhab* (Yogyakarta: Makatabah Al-hanif, 2009)
- Moch Basarah dan H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2008)
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan dan Kesan dan Al-Qur'an* (Vol. 1, Cet. I; Jakarta: Lentera Hati)
- _____, *Tafsir Al-Misbah, Pesan dan Kesan dan Al-Qur'an* (Vol. 12, Cet. I; Jakarta: Lentera Hati)
- Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002)
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YPKN, 2004)
- Muhammad bin Islamil al-Kahlani, *Sabul as-Salam*, (Juz III; Bandung: Maktabah Dahlan, t.th)
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002)
- Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2005)

Nasrun Haroen. *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000)

Nazir Habib dkk, *Ensiklopedia Ekonomi dan Perbankan Syariah* (Bandung: Kafa Publishing, 2008)

Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007

Pietra Sarosa, *Mewaralabakan Usaha Anda*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004)

Prijono Tjiptoherinjanto, *Prospek Perekonomian Indonesia Dalam Rangka Globalisasi*, (Jakarta: 1997)

Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Ethict*, (Virginia: International Institute of Islamic Thought, 1997)

Romdon, *Metodologi Ilmu Perbandingan Agama Suatu Pengantar Awal* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1996)

Rasyid, H. Sulaiman, *Fiqh Islam* (cet. 35, Jakarta: Sinar Baru Algen Sindo, 2002)

Saefuddin, *Ekonomi dan Masyarakat dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 1987)

Shalih bin Fauzan bin Abdullah al-Fauzan, *Ringkasan Fikih Lengkap*, (Jakarta: Darul Falah, 2005)

Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 1984)

Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba*, (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)

Subekti R, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 1992)

Supriadi, *Tinjauan Hukum Positif dan Hukum Islam, Konsep Bisnis Waralaba Franchising*), excellent group, pmiikomfaksyahum. Wordpress.com

Syed Nawab Naqvi, *Ethict and Economics: An Islamic Syntesis*, telah diterjemahkan oleh Husin Anis: *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*, (Bandung: Mizan, 1993)

Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam* (Cet. I; Yogyakarta: AK Group, 2005)

Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, *AL-Qur'an dan Terjemahan*,(Jakarta:, PT Intermasa, 1974)

Yudistiray.wordpress.com/2010/03/30/*Semua-Tentang-Waralaba/*

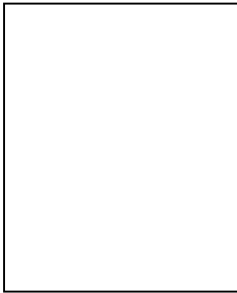
Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1995)

Yusuf Qardhawi dan Mu'ammal Hamidy, *Halal dan Haram dalam Islam* (Ed. Revisi; Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2003)

Zainal Abidin, *klinik bisnis* ([http: //republika.co.id/](http://republika.co.id/))



RIWAYAT HIDUP



M. Azwar Nur Akbar, teman-temanku biasa memanggilnya dengan sebutan **Chua**, telah lahir pada tanggal 01 September 1990 di Ratte tepatnya di Kelurahan Baruga, Kecamatan Banggae Kabupaten Majene Provinsi Sulawesi Barat yang dulunya adalah Sulawesi Selatan. Anak kedua dari 6 bersaudara pasangan Nurhadi Nur dan St. Akbari. Penulis memasuki jenjang pendidikan dasar di SDN No. 36 Baruga pada tahun 1996 dan selesai pada tahun 2002. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Pesantren DDI Baruga selama 3 tahun hanya menamatkan pendidikan Tsanawiyah, kemudian pada tahun 2005 penulis melanjutkan lagi pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri Majene (MAN) dan tamat pada tahun 2008. Tanpa pikir panjang penulis langsung mendaftar di salah satu Universitas ternama di Ibu kota Provinsi Sul-Sel Makassar, penulis mengambil jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang dulunya di naungi oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum. Dalam kurung lima tahun penulis dapat menyelesaikan studinya dan digelar sebagai sarjana ekonomi Islam / S.EI, di UIN Alauddin (Universitas Makassar) dan tercatat sebagai mahasiswa yang hanya berpredikat memuaskan. Demikianlah riwayat hidup yang penulis gambarkan dan terakhir “penulis tidak bangga telah dapat menyelesaikan karya ilmiah ini, tapi penulis ingin membuat orang-orang yang saya cintai bangga.